

令和3年度商取引・サービス環境の適正化に係る  
事業に関する報告書  
(ヴィジュアルアートによる組織活性化調査実証事業)

2022年3月31日  
トウキョウ・デックス合同会社



1. 要約	.....p3
2. プロジェクト実施の背景	.....p4
3. オフィスアートの意義	.....p5-7
4. プロジェクト概要	.....p8
5. プロジェクト詳細	.....p9-18
6. アンケート調査	.....p19-64
1) 概要	
2) 結果	
7. 補足資料	.....p65-67
1) TokyoDex(アートエージェンシー)	
2) WHOLE9(アーティスト)	

# 1. 要約

- 調査目的: オフィスにおけるアート導入の有効性測定のため
- 調査方法: アート導入後の職員へのアンケート
- 調査内容:
  1. アート導入後の以下5項目の変化について
    - ①モチベーション、②ストレス、③コミュニケーション
    - ④組織ブランディング、⑤組織エンゲージメント
  2. アートに自らの意見を反映する過程に参加することができた職員(ワークショップ参加者)とそうでない職員(ワークショップ不参加者)の結果の差異について
- 結果:
  1. アートが導入後、5項目に対して良い変化があったと回答する割合は以下の通り
    - ①モチベーションの上昇: 64%、②ストレスの減少: 84%、
    - ③コミュニケーションの増加: 82%、
    - ④組織ブランディング力の向上: 79%、⑤組織エンゲージメント力の増加: 65%
  2. ワークショップに参加し、アートに自らの意見を反映させることができた職員の方が、できなかった職員よりも①～⑤の全ての項目においてアート効果が高くなった。さらに、「アートが経済産業省らしさを表している」と回答した率は、ワークショップ不参加者が50%に比べ、参加者は93%と大きな差がでた。

## 2. プロジェクト実施の背景

- 昨今、欧米をはじめとした海外では、企業の競争力の源泉や差別化による付加価値向上等を目的としたアート投資が盛んに行われており、アート投資と生産性向上や経営力向上との相関性を調査した結果も徐々に始めている。国内においても一部の企業でこうした取組が始まっている。特に、組織活性化を目的としたアート投資が注目されている。他方で、こうした効果のデータは十分とは言えない。
- 本事業では、組織の構成員とアーティストの共創でアート作品を作り上げ、その活用を行う際の組織活性化の効果・有効性を検証することで、企業のアート投資の更なる促進を図る。
- 具体的には、経済産業省別館3階の廊下2面にウォールアート(壁画)を制作し、職員へアンケート調査を行うことで、アートの有効性を調査した。
- 今回アート制作を担当したのは、トウキョウ・デックス合同会社(以下、TokyoDex)。  
TokyoDexは「アートがあふれる社会へ」を使命に企業とアーティストをつなぎ、数々のオフィスアートを手掛けるアートエージェンシーである。

### 3. オフィスアートの意義

- オフィスへのアート導入の効果についての調査は海外では行われている。Business Committee for the ArtsとInternational Association for Professional Art Advisorsとが共同し、オフィスにアートを設置している全米32社に勤務する800人以上の従業員を対象に行った調査では、オフィスにアートを採用することで、ストレスの軽減(78%が同意)、創造性の向上(64%が同意)、意見表明の促進(77%が同意)など、アートが働く従業員にとってポジティブな影響を与えていることを示した。\*1
- また、アートはその会社が何を優先し、どのような価値観を持っているかを示すことにも役立ち、企業の評価を大きく変えることがあるとされている。例えば、質の高いアートが壁に飾られていれば、その会社はプロフェッショナルで細部にまで気を配っているという印象を与えられる。モダンな作品はその企業が時代の最先端を行くことを示し、また、地元のアーティストによるアートは、その企業が自国の育成や国内産業の支援に力を入れていることを表すことができる。
- 実際、TokyoDexが今まで多くのオフィスへのアート導入をする中で、アートをオフィスに取り入れることによって、「オフィスで働くのが楽しみになった」「企業へのイメージが変化した」「採用時に、職場にアートがある先進性に関心を持った応募者が増え、結果社風が変化した」等の声が聞かれた。

### 3. オフィスアートの意義

- さらに、先行研究では、チームメンバーがスペースのデザインやそのプロセスの意思決定に直接参加できるスペースでは、ただ単にアートを設置したオフィスよりも、働く社員の生産性が高まったという報告がある。
- エクセター大学が2,000人以上の会社員を対象とした実験では、簡素なオフィスに比べ、アートや植栽で彩られているオフィスの方が、17%効率性が高いという結果が出ている。その上、個人がデザインプロセスに関わっていたオフィスでは、簡素なオフィスに比べ32%効率的であり、また、効率が上がることによってミスが増えていたわけでもないという。<sup>\*2</sup>
- さらに、オフィス空間をコントロールできる人ほど、仕事に対する満足度やモチベーションが高いことが研究結果として出ている。そうした人ほど、職場で居心地のよさを感じ、上司に対する理解度も高く、全体的に仕事に対する姿勢が前向きである。<sup>\*2</sup> 一方で、ストレスを多く伴う役職と決定権があまりない環境の組み合わせは、うつ病、さらに心血管疾患の発病しやすくなる。<sup>\*3</sup>
- TokyoDexでは、アート制作をする前の段階から、そこで働く人の意見をアートに反映させることができる「Vision Artワークショップ」というサービスを提供している。ワークショップに参加することで、参加者はただ単なる鑑賞者から、制作メンバーの一員という役割を担うことになる。今回の調査では、Vision Artワークショップに参加した職員と、そうでない職員とで、アート導入後の反応を比較することで、チームメンバーがスペース変革のプロセスに携わることの効果も検証したいと考える。

#### 参考文献リスト

- 1) Stephen Thurston, “The Impact Of Art In The Workplace”,  
<https://www.stephenthurstonphotography.com/art-for-productivity.html>, (参照: 2022.3.31)
- 2) Exeter University, ”Designing your own workspace improves health, happiness and productivity” [https://www.exeter.ac.uk/news/featurednews/title\\_98638\\_en.html](https://www.exeter.ac.uk/news/featurednews/title_98638_en.html), (参照: 2022.3.31)
- 3) Craig Knight and S. Alexander Haslam, The Relative Merits of Lean, Enriched, and Empowered Offices: An Experimental Examination of the Impact of Workspace Management Strategies on Well-Being and Productivity,2010 (参照: 2022.3.31)

本プロジェクトは以下の6つのステップで進められた

### ステップ 1

#### ヒアリング

経済産業省から  
ヒアリングを実施

### ステップ 2

#### アーティスト選定

ヒアリング内容をもとに、  
適切なアーティストを  
選定

### ステップ 3

#### ワークショップ

経済産業省17名とアーティストと  
ワークショップを実施。  
テーマは「経済産業省らしさ」とは

### ステップ 4

#### ドラフト案の制作

ワークショップの内容を  
もとに、アーティストが  
ドラフト案を制作

### ステップ 5

#### アート制作

アーティストが壁画アートを  
制作

### ステップ 6

#### アンケート調査

壁画アート導入の効果を測定  
するため、経済産業省の職員  
に対してアンケートを実施

## 5. ヒアリングとアーティスト選定

### ヒアリング

- 経済産業省の担当職員にヒアリングを実施し、「METIらしさ」というテーマを設定した上で、職員の意見を反映したアート作品を制作できる、「VisionArtワークショップ」を開催するに至った。

### アーティスト選定

- 今回、壁画制作を担当したのはWHOLE9。WHOLE9は若手ながらも壁画製作の経験値も高く、海外での制作経験もある。日本から世界にも積極的に挑戦する姿は、クールジャパンの理念にも通ずるものがあると考えた。また、WHOLE9は2人組のユニットでの制作という特徴を活かし、それぞれの個性を融合した独特な表現は、経済産業省がミッションの中で触れていた「個の力」の表現にもつながる。このようにな背景から、経済産業省らしさを表現するアーティストとしてWHOLE9を選定した。

## 5. ワークショップ(概要)

### ワークショップ

- ワークショップは2022年2月17日に開催され、経済産業省の有志17人が参加。ワークショップは、「あなたが思うMETIらしさとは」をテーマに実施された。
- ワークショップでのディスカッションをアート作品に反映するため、アーティストのWHOLE9もワークショップに参加した。

### 概要

- ワークショップテーマ:「あなたが思うMETIらしさとは」
- 日時:2022年2月17日
- 実施形式:オンライン(Microsoft Teamsを使用)
- 参加者:有志17名(商務・サービスグループの職員より募集)
- 参加者の属性
  - 女性5名、男性12名
  - 出向の職員含め、多様な課室、年代から参加

## 5. ワークショップ(当日スケジュール)

ワークショップは以下のスケジュールで進められた。



### 【ディスカッション内容の一部】

- METIと聞いて思いつくことは？
- 今までMETIで働く中で、「METIらしさ」が発揮されていると思ったのはどのような時？
- METIらしい人物とは？

## 5. ワークショップ(まとめ)

### まとめ

- ワークショップでは、参加者は「METIらしさ」を以下のように表現した。
- そして、ワークショップの最終成果として、参加者それぞれが思う「経済産業省らしさ」をスケッチに描き、ワークショップを終了した。

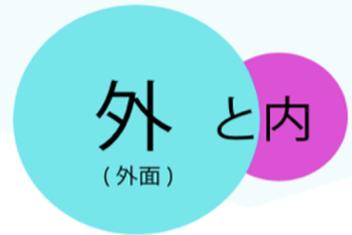
### 「METIらしさ」を表すキーワード

- 二面性
- 多様性、個性豊か
- 熱い思い、情熱
- 攻める、行動力
- エネルギッシュ、元気いっぱい、わんぱく
- 変革・挑戦好き
- 現場主義
- 責任感、プロ意識、頼もしい
- ポジティブ、なんとかなる
- 自由
- 優しい
- 考え抜く
- カッコいい

# 5. ドラフト案の制作

アーティストは参加者のスケッチとワークショップのディスカッション内容から自身の解釈を含め、TokyoDexのディレクションのもと、作品のドラフト案を制作

二面性▷ 2パターン、2方向の絵



直線的  
(組織的・ロジカル)

⇒ 掬い上げる  
汲み取る力 / 対応力

ダイヤモンド



共通すること  
スピード感 / 多様性・カオス



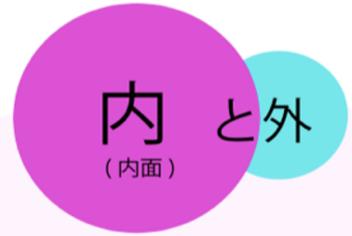
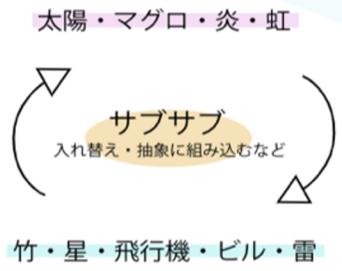
形



メインモチーフ:  
手のアクション



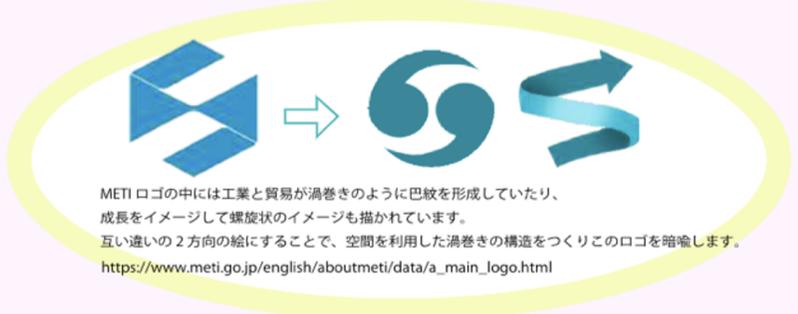
サブモチーフ



曲線的  
(個人的・情熱)

⇒ 掴み取る  
湧き上がる情熱 / 勢い

翼



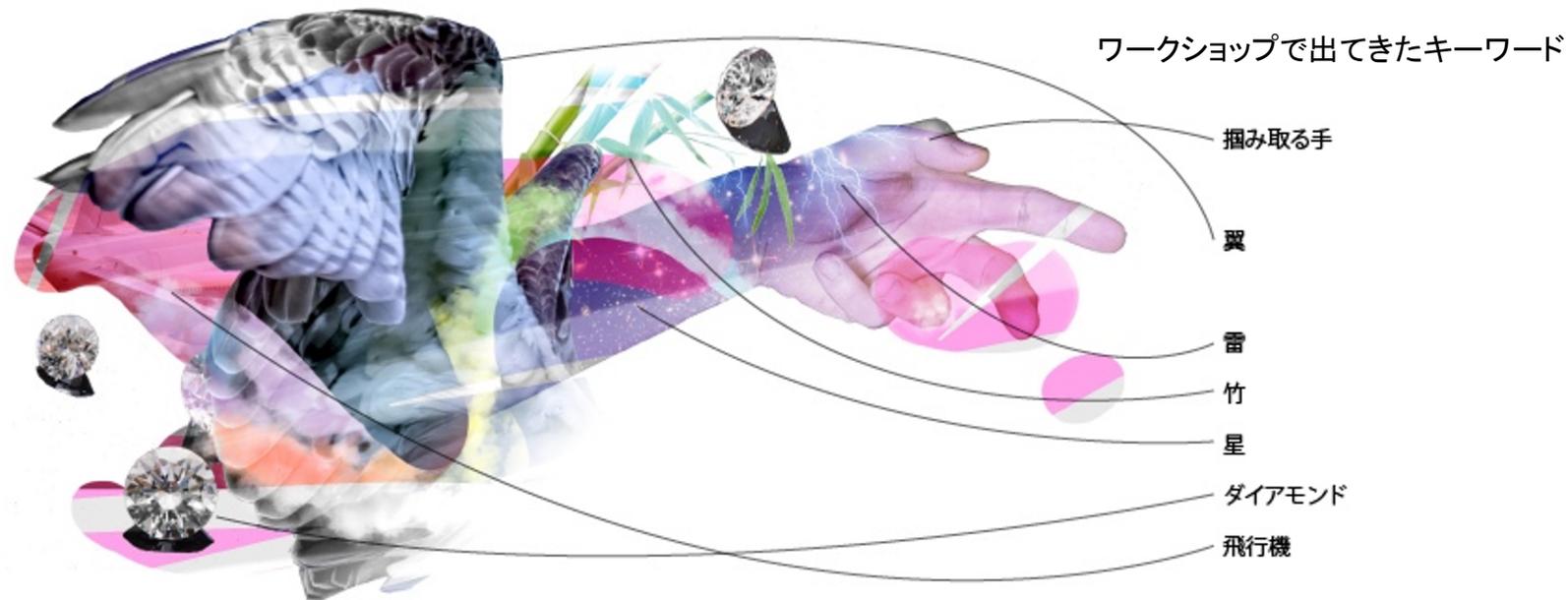
## 5. ドラフト案の制作



### アーティストのドラフト案についてのコメント

- ワークショップでよく耳にした「METIの二面性・多様性」をテーマとし、二面性を具体的に「外と内」として構成しました。
- 「対外的」には新しい仕組みや解決策を施作する行動力や組織力を、「寒色」で、「直線的」な描線を用いて「掬い上げる」という手のアクションに準えています。「内的」では個々人の仕事への秘めた情熱や意欲を、「暖色」で、「曲線的」な描線を用い、「掴み取る」という手のアクションに込めました。
- 真逆の方向に描く2つの構図は、二面性の他に「交差する人と人」やMETIロゴに象徴される巴紋の構造を表しています。
- 「内と外」どちらの要素も両立させてスピーディーに進まれる様子が印象的だったので、それぞれを切り離さずにどちらの絵にも互いの要素を含めるようにしました。そのためサブモチーフ/サブサブモチーフはスイッチさせ、より「多様性・おもちゃ箱」的な表現としました。

## 5. ドラフト案の制作



### 「手」をメインモチーフにした理由

- 組織のミッションや方向性を表すキーワードの「挑戦」や「現場主義」を具体的に表すことが難しいですが、手はそのバリューを体現しているように思います。「変革」という言葉も、作品の中で作風が何度も変わることによって表現しています。
- ワークショップを通じて、働かされている皆さまの熱意や人間味がとても魅力的で、それこそを表現すべきだと感じました。働かされている皆さまを、一度は隠喩的に植物や動物になぞらえて描くことも考えましたが、それだとお茶を濁しているようで、「人」が社会を動かしているというエネルギーを表現する為に、「手」を描く事にしました。
- また「手」は行動や意思表示のシンボルとしてとても雄弁です。手であれば年齢や性別がある程度曖昧になるので「これは自分の手だ、自分の壁画だ」と自己投影してもらえらることも狙いとしています。

## 5. アート制作

アート制作は3/4～11の8日間で実施。経済産業省別館3階のエレベーターホールの両側にある廊下各約10mに描かれた。

### 制作中の様子







## 6. アンケート調査(概要)

アーティストとの共創による組織を象徴するアート作品の制作による組織活性化の効果を検証することを目的として、壁画制作後に、グループ内職員を対象として、ウェブアンケートを実施した。

### アンケート概要

- 調査期間:2022/3/17～3/22(アート制作後)
- 調査方法:ウェブアンケート
- 調査対象:商務・サービスグループの職員
- 回答者属性
  - 人数:60人
  - 性別:男性70%、女性30%
  - 回答者の内18%がワークショップに参加

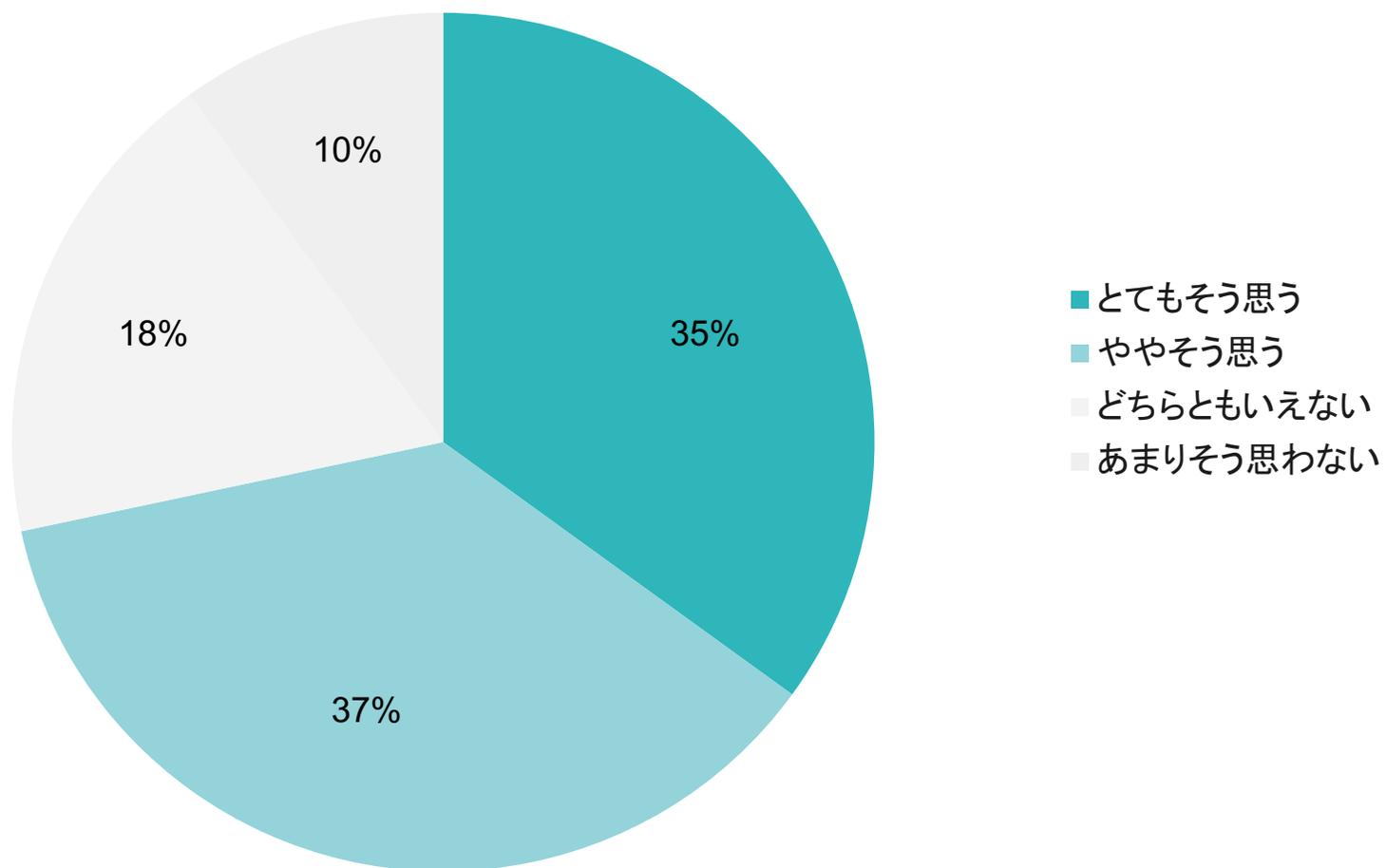
## 6. アンケート調査(概要)

アンケート調査の概要は以下の通り

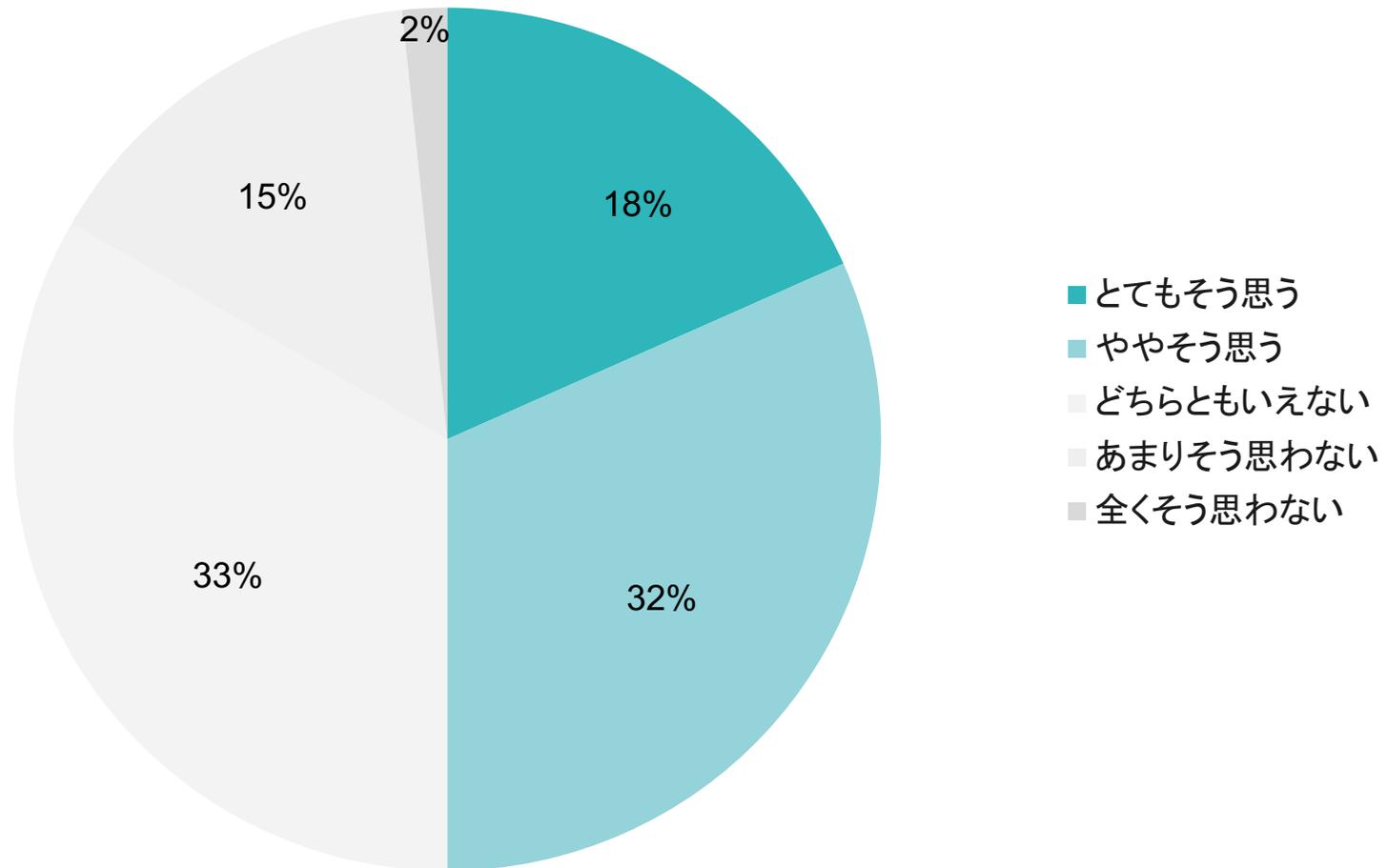
調査項目例	質問概要	該当質問 No.
効果に影響を与える 要因	・性別、入省年次、所属部署	-
	・ワークショップへの参加有無や 壁画を見る機会	-
	・アートに対する感想	No. 1, 2
壁画の効果	① モチベーション	No. 3, 4
	② ストレス(リフレッシュ)	No. 5
	③ コミュニケーション	No. 6, 7
	④ ブランディング	No. 8, 9
	⑤ エンゲージメント	No. 10, 11
アート全般の個人・ 組織への影響	・創造的な業務遂行やコミュニケーション	No. 12, 13, 14, 15, 16
今後のアート導入意向	・アートの導入意向	No. 17

## アンケート調査結果

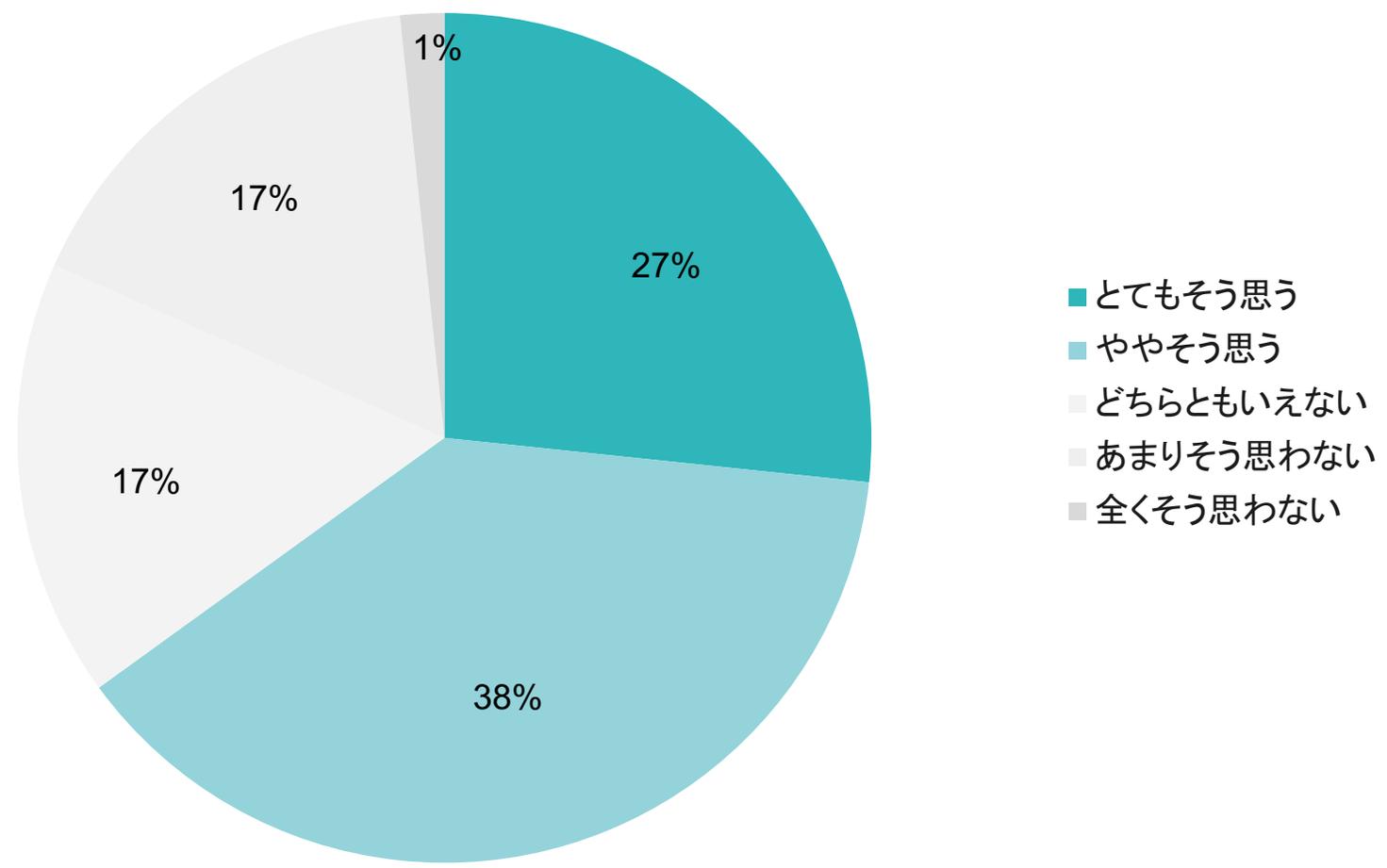
72%が、今回描かれた壁画が好きと回答



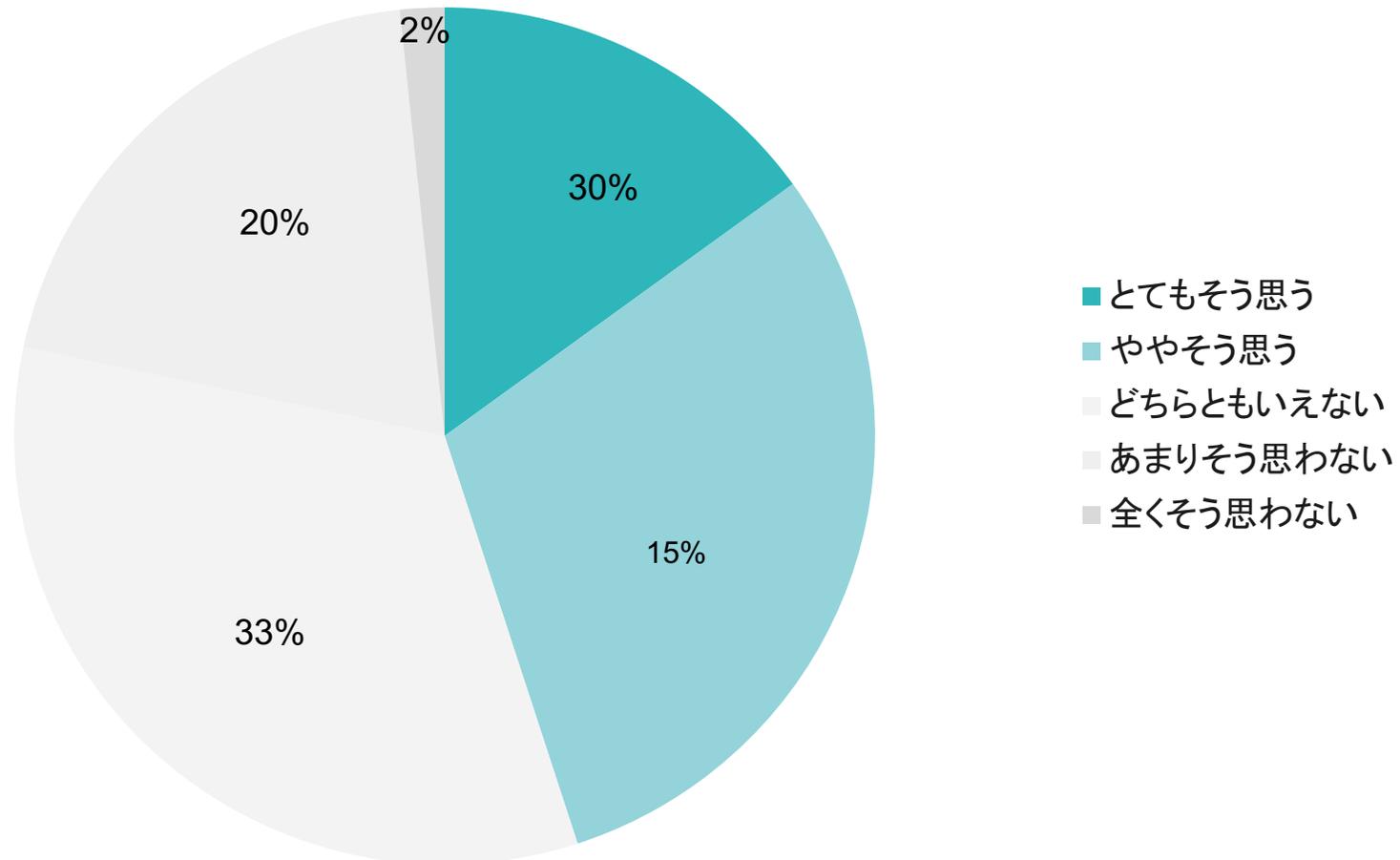
50%が、今回描かれた壁画アートが経産省らしさを表していると回答



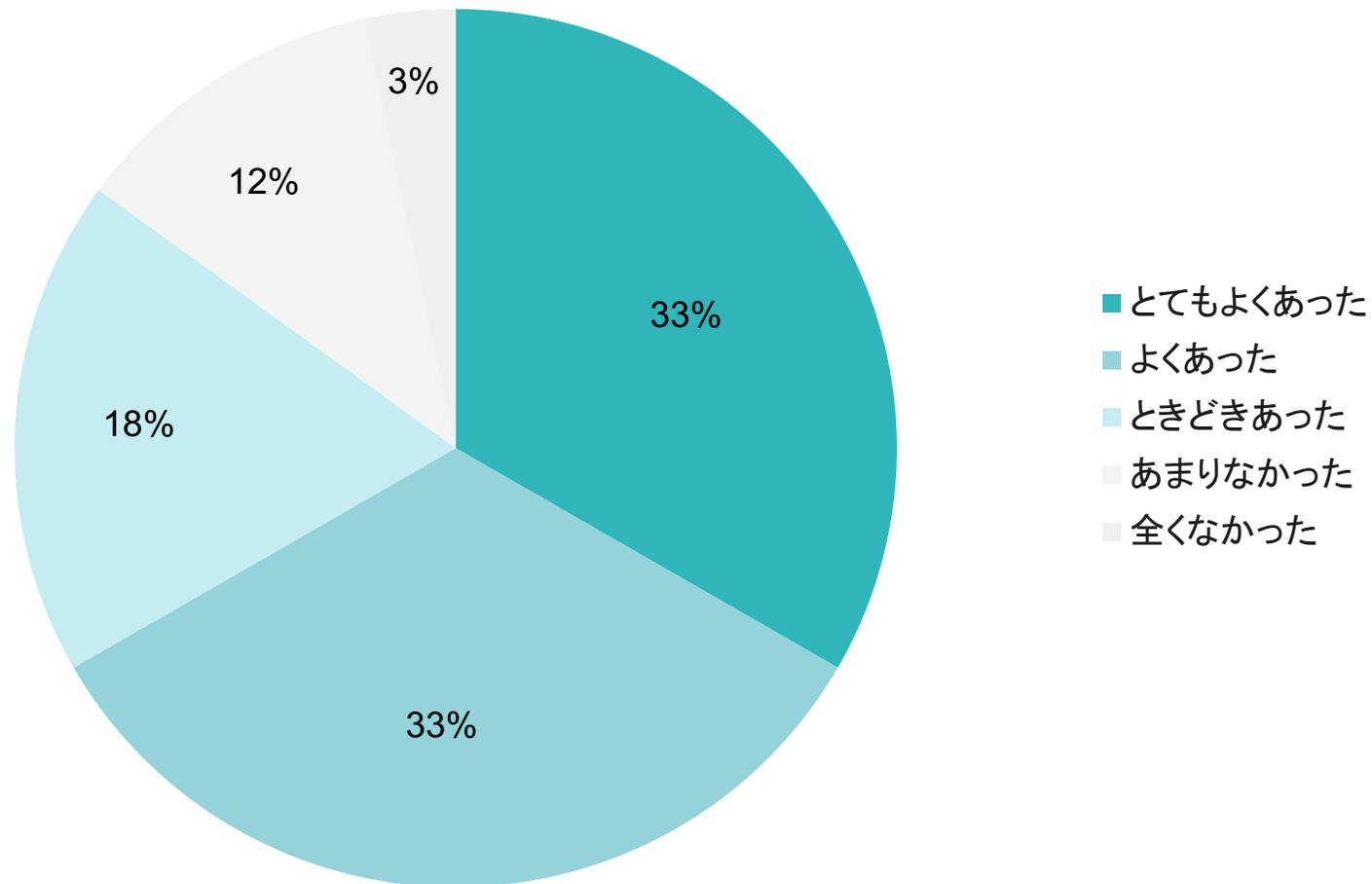
65%が、壁画アートがあることによって、オフィスが働きたい環境になったと回答



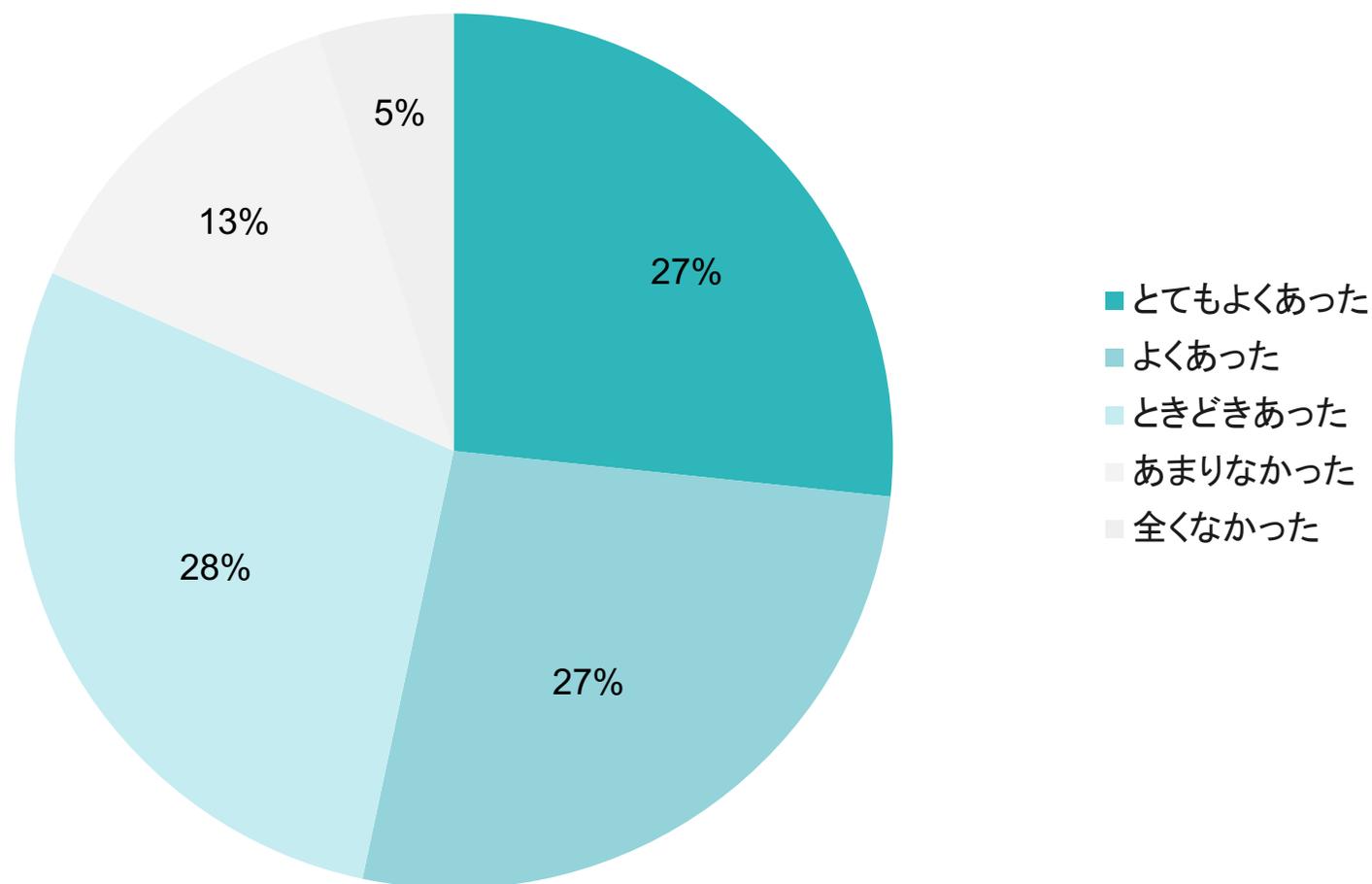
**45%**が、壁画アートがあることによって、仕事に対するやる気に変化があったと回答



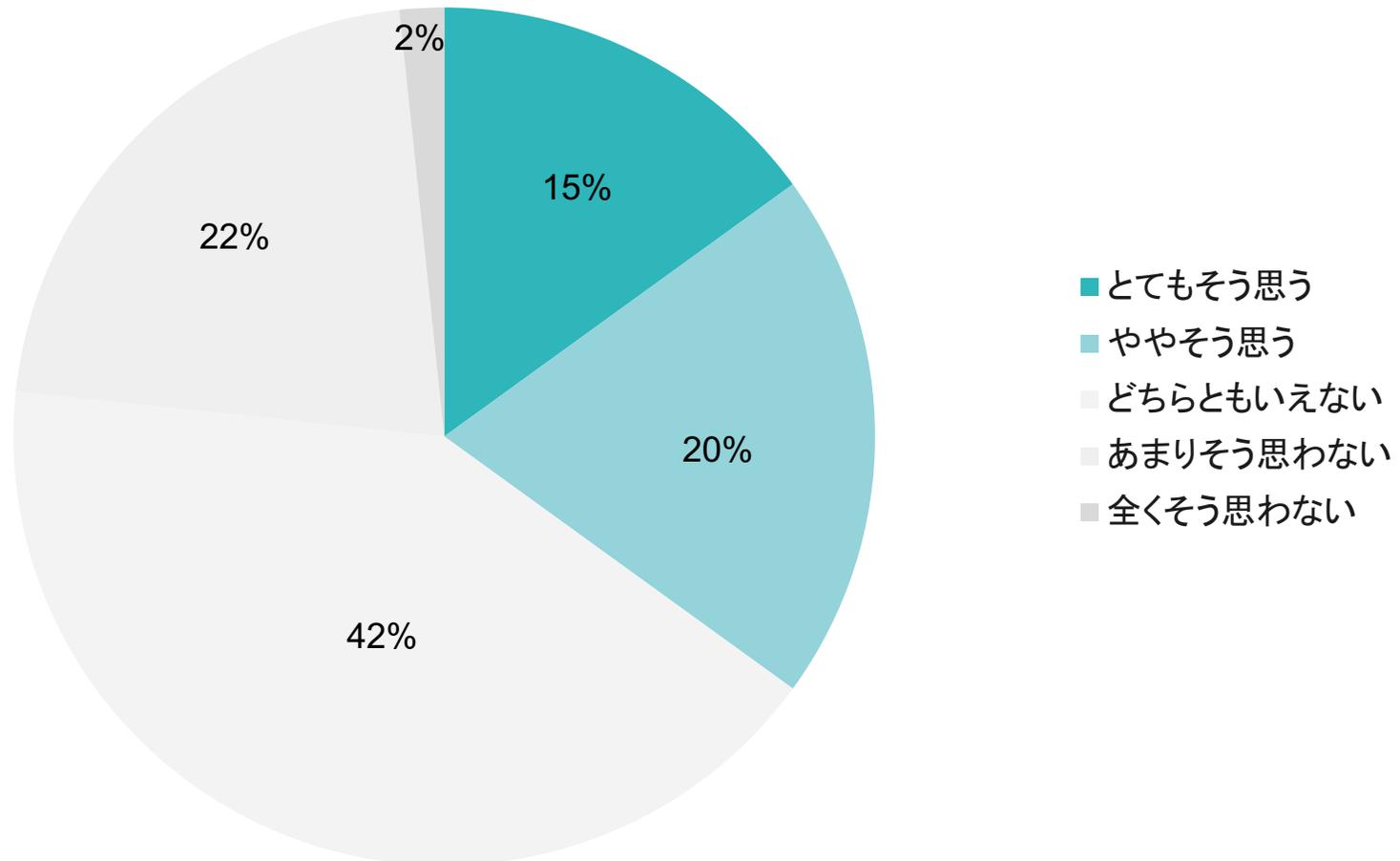
**84%**が、壁画アートがあることによって、気分転換やリフレッシュにつながるがあったと回答



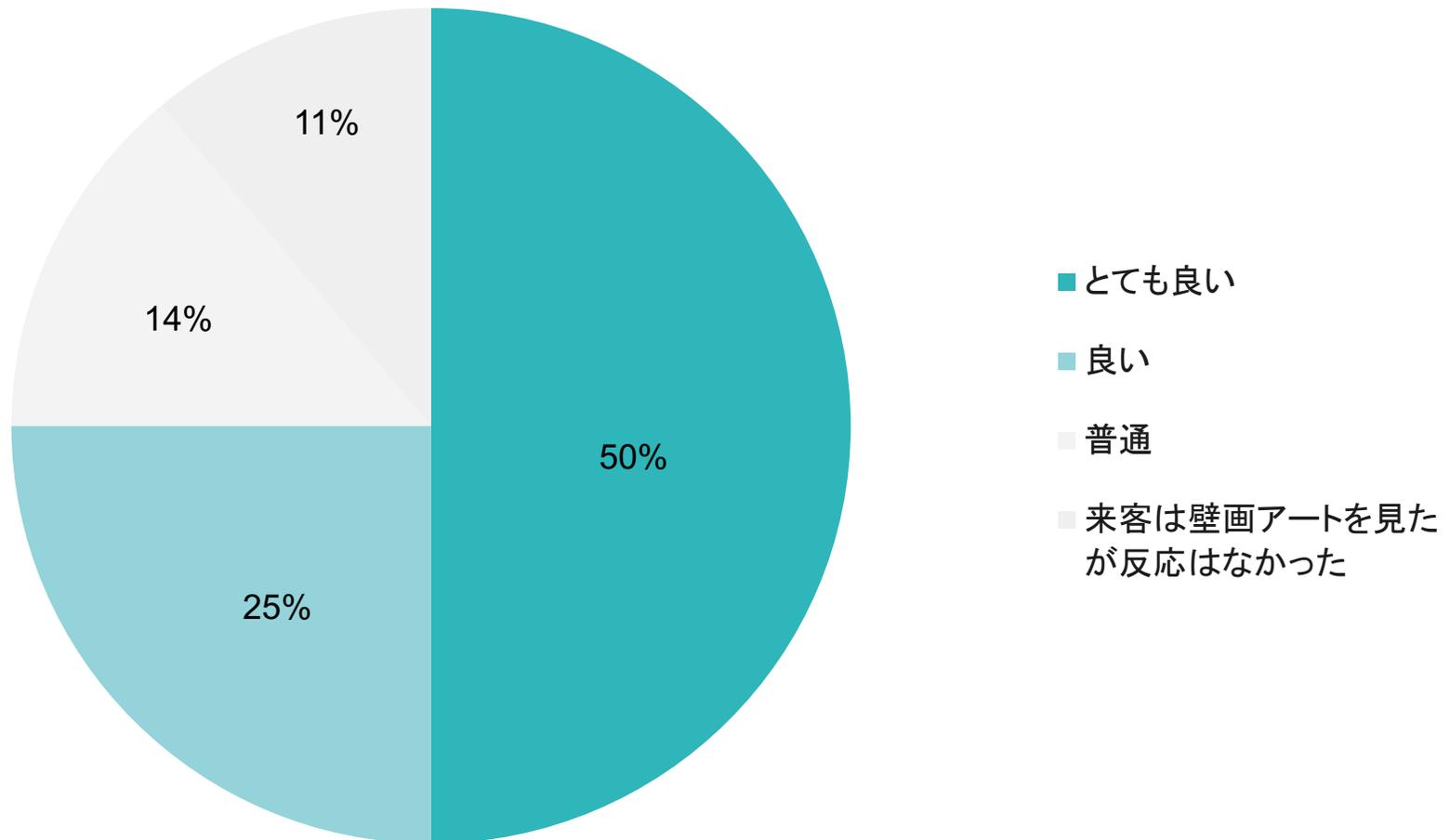
82%が、壁画アートがあることによって、コミュニケーションにつながったと回答



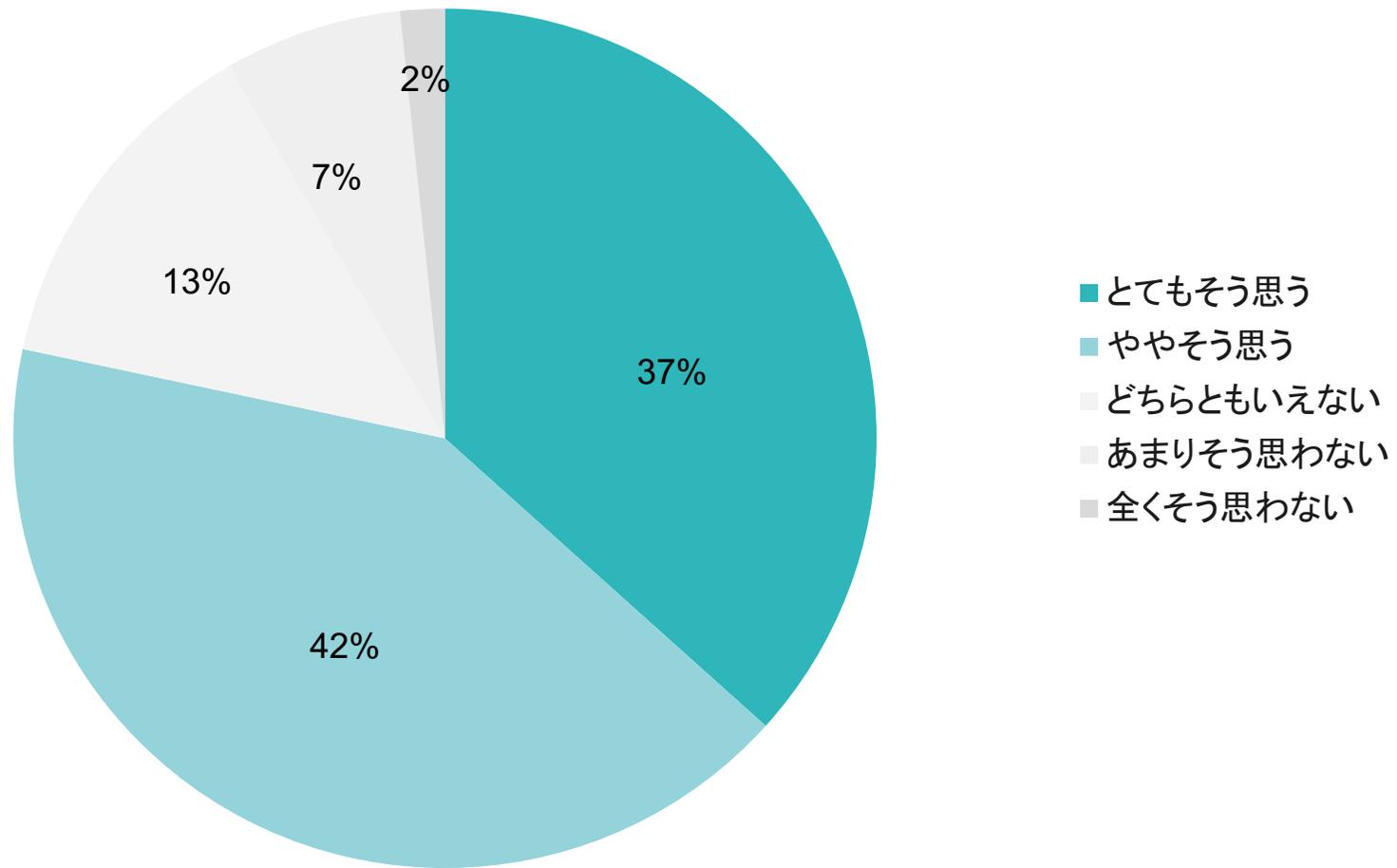
35%が、壁画アートがあることによって、自由な発想につながったと回答



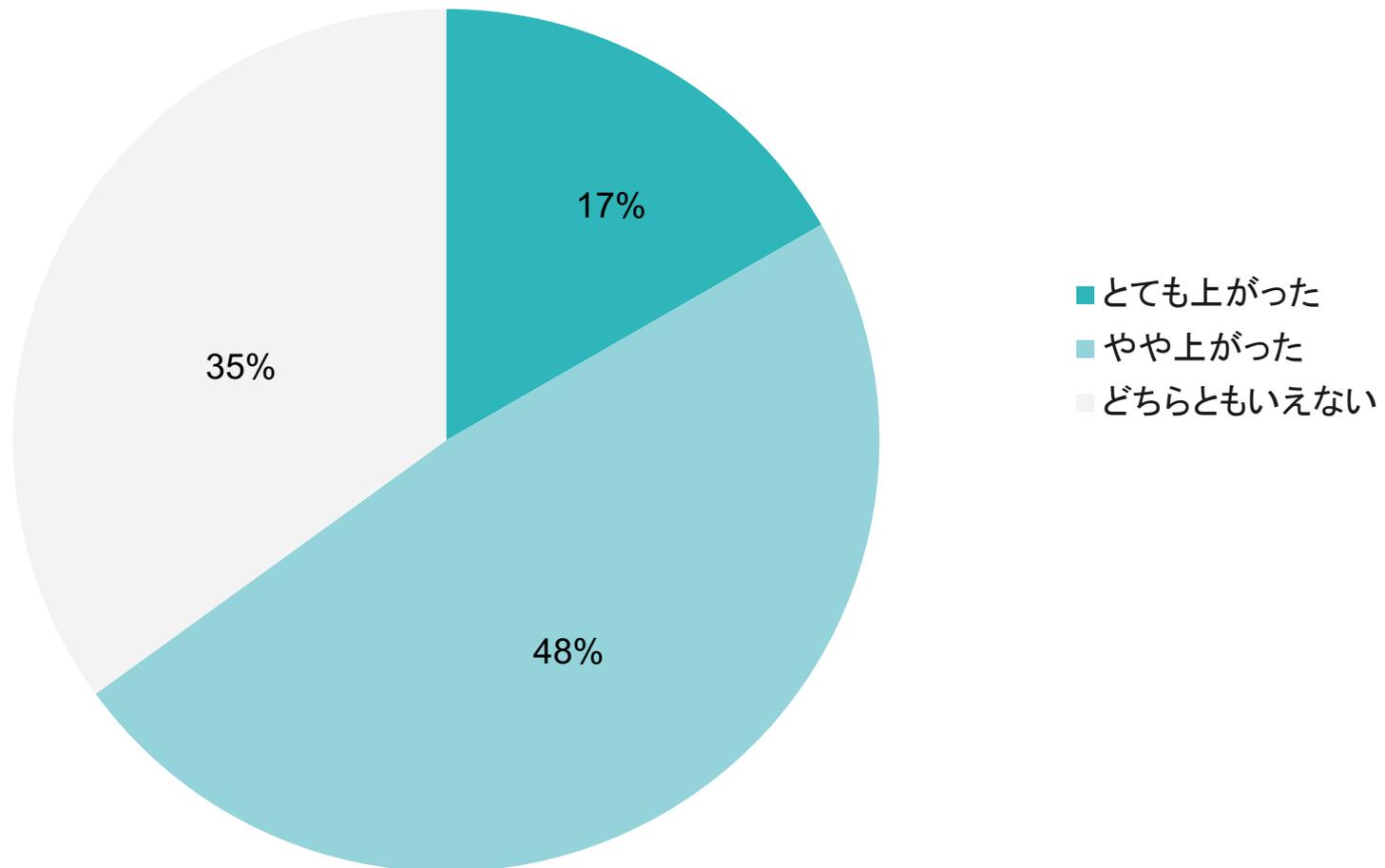
75%が、壁画アートについての来客の反応は好意的であったと回答



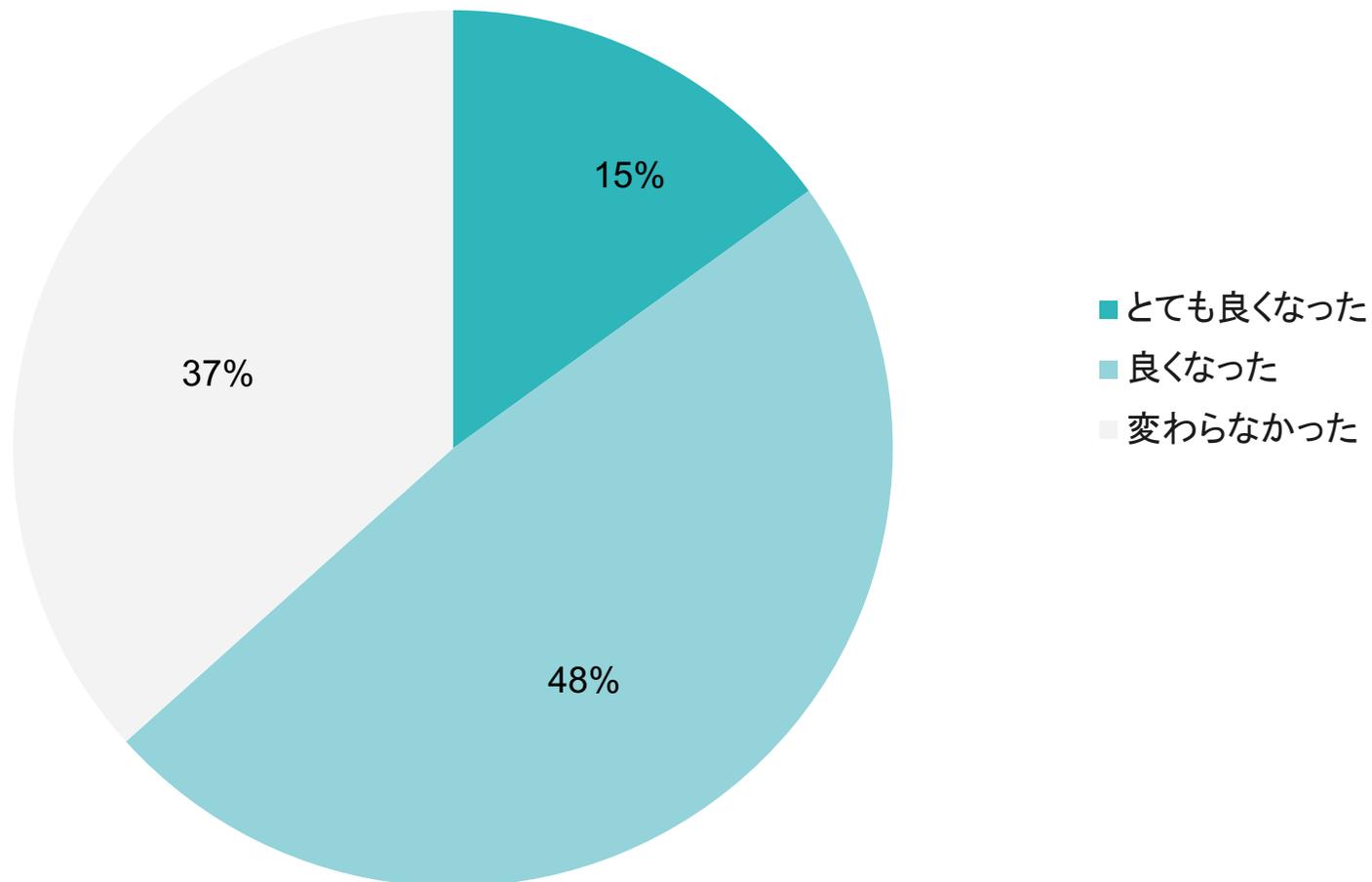
**79%**が、今回のような経産省らしさを紹介するような壁画アートを来客に積極的にアピールしたいと回答



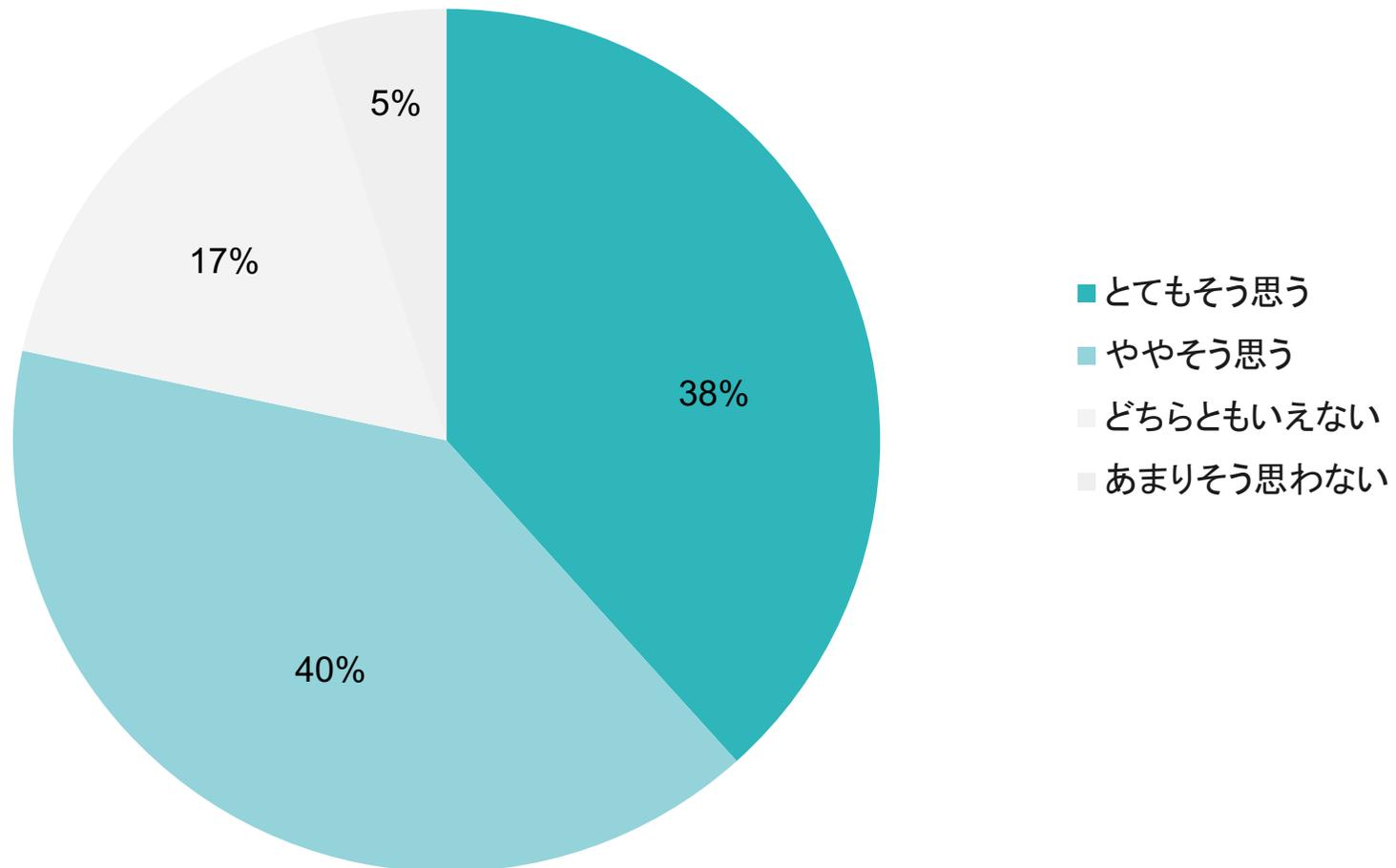
65%が、壁画アートがあることによって、オフィスへの愛着に変化があったと回答



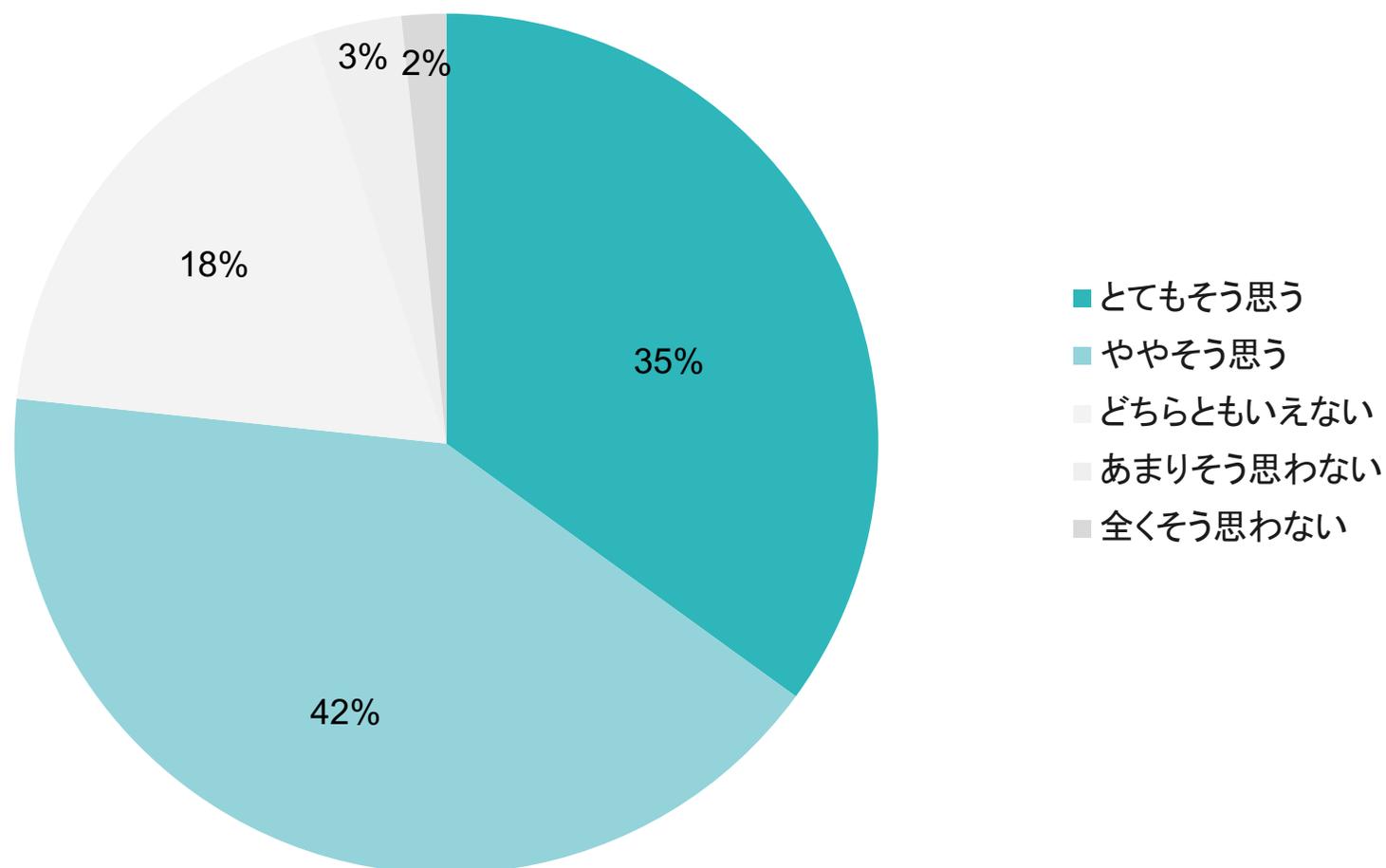
63%が、壁画アートがあることによって、経産省という組織への印象は良くなったと回答



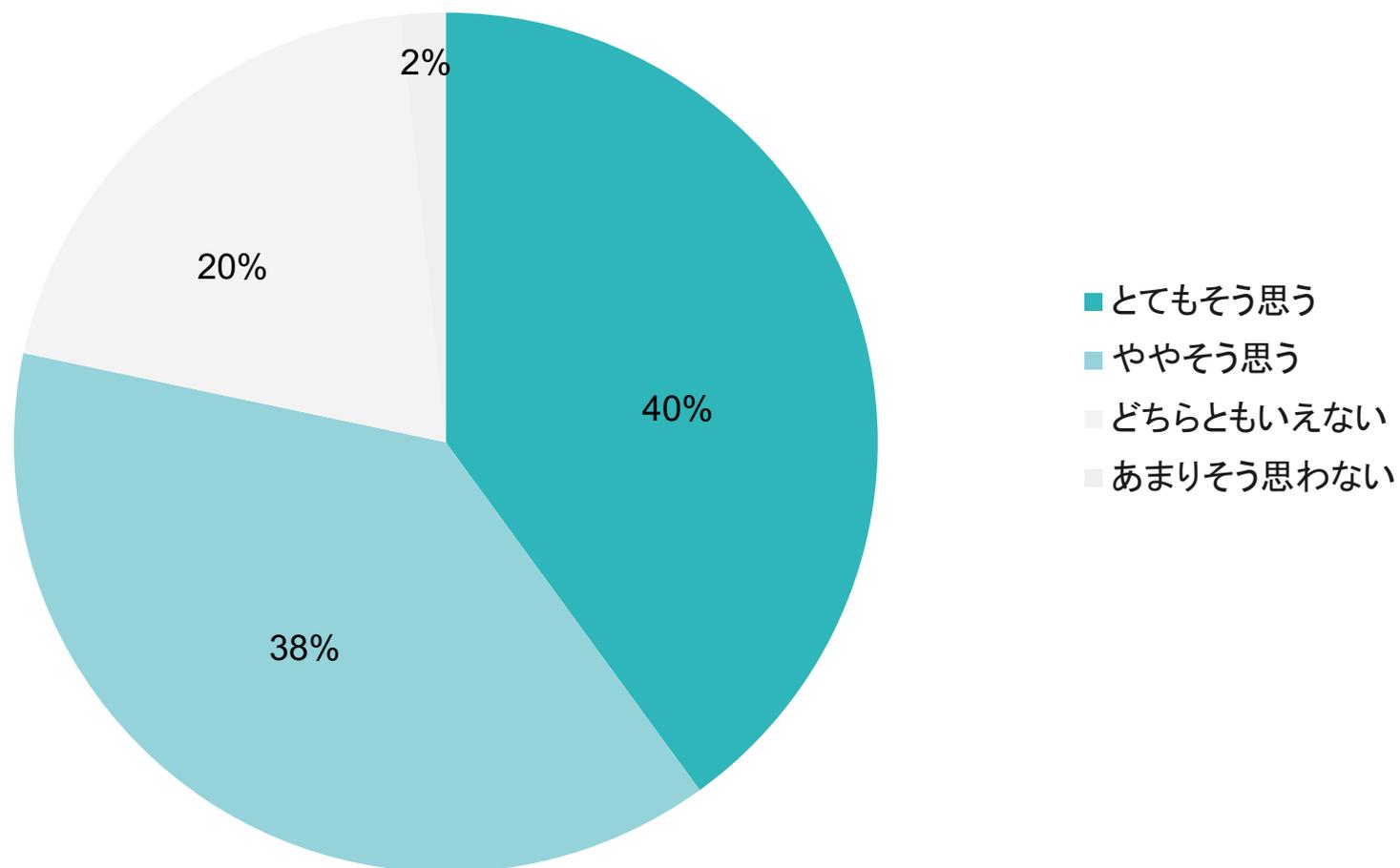
**78%**が、経産省のオフィスにアート作品が増えることは、自身の仕事を進める上でよい影響を与えると回答



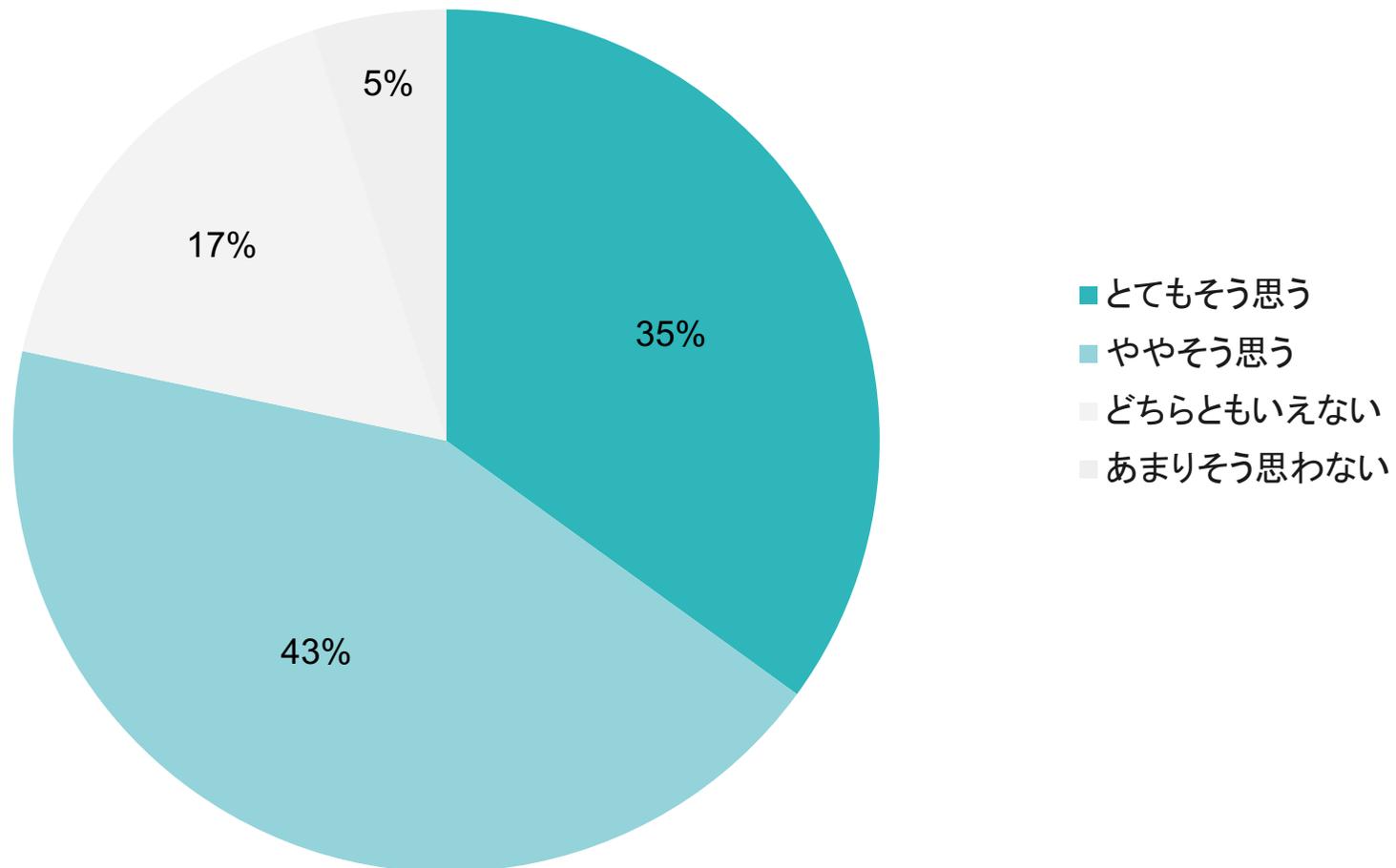
**77%**が、経産省のオフィスにアート作品が増えることは、自身の創造性を発揮する上でよい影響を与えると回答



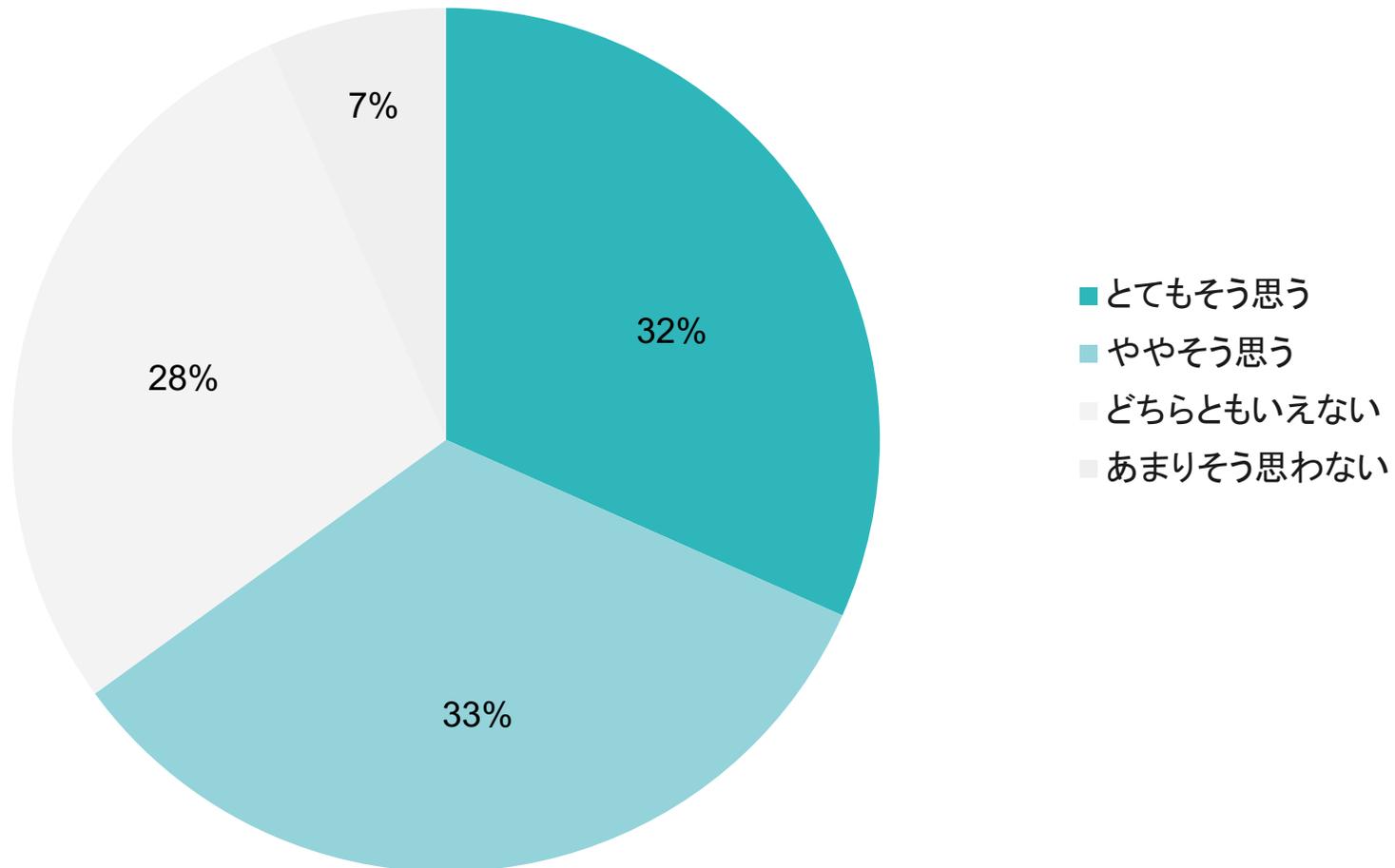
**78%**が、経産省のオフィスにアート作品が増えることは、所属する部署や組織においてコミュニケーションの質を高めることにつながると回答



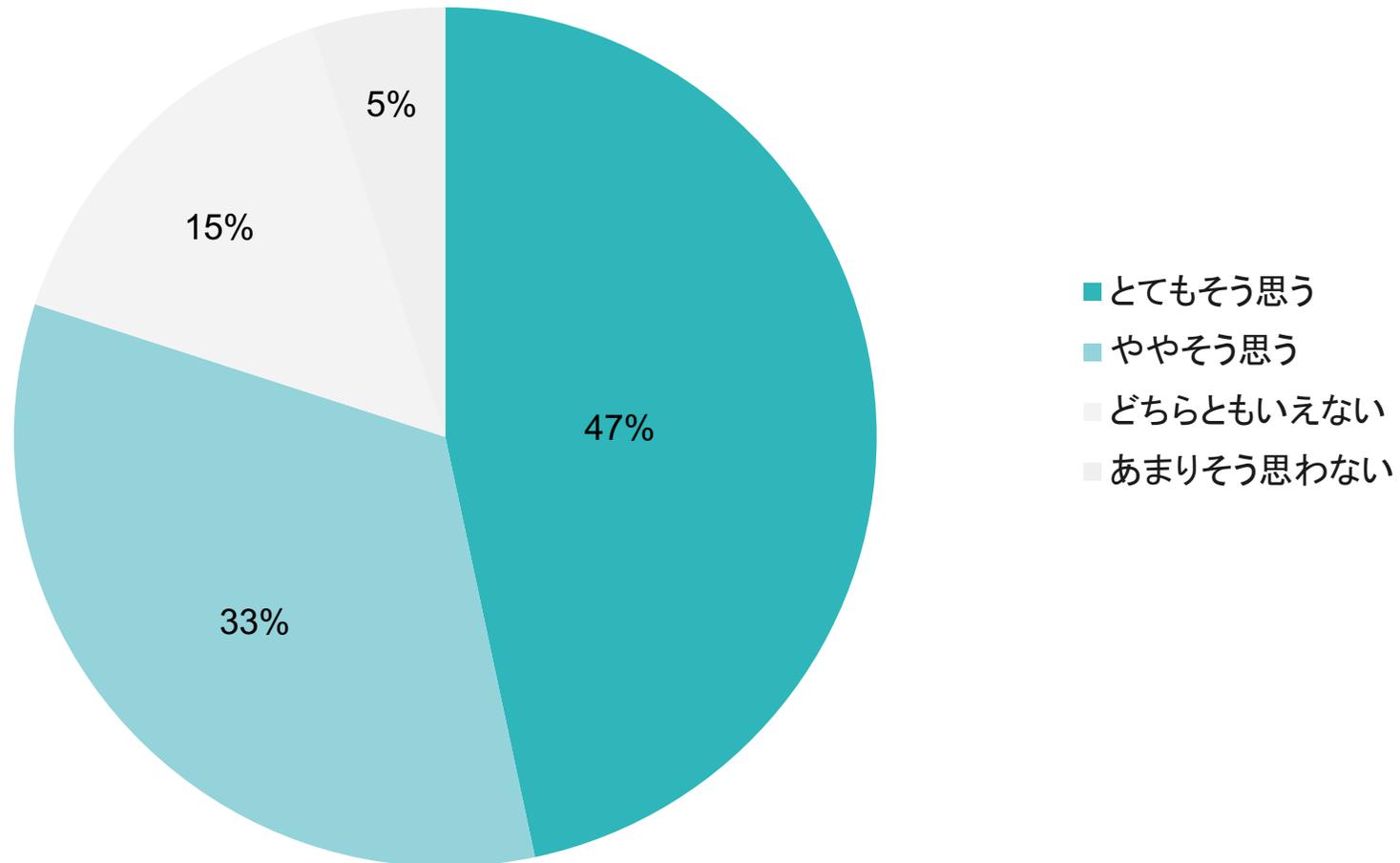
**78%**が、経産省のオフィスにアート作品が増えることは、  
所属する部署や組織の仕事を進める上でよい影響を与えると回答



65%が、経産省のオフィスにアート作品が増えることは、  
所属する部署や組織の職員の創造的な業務遂行につながると回答

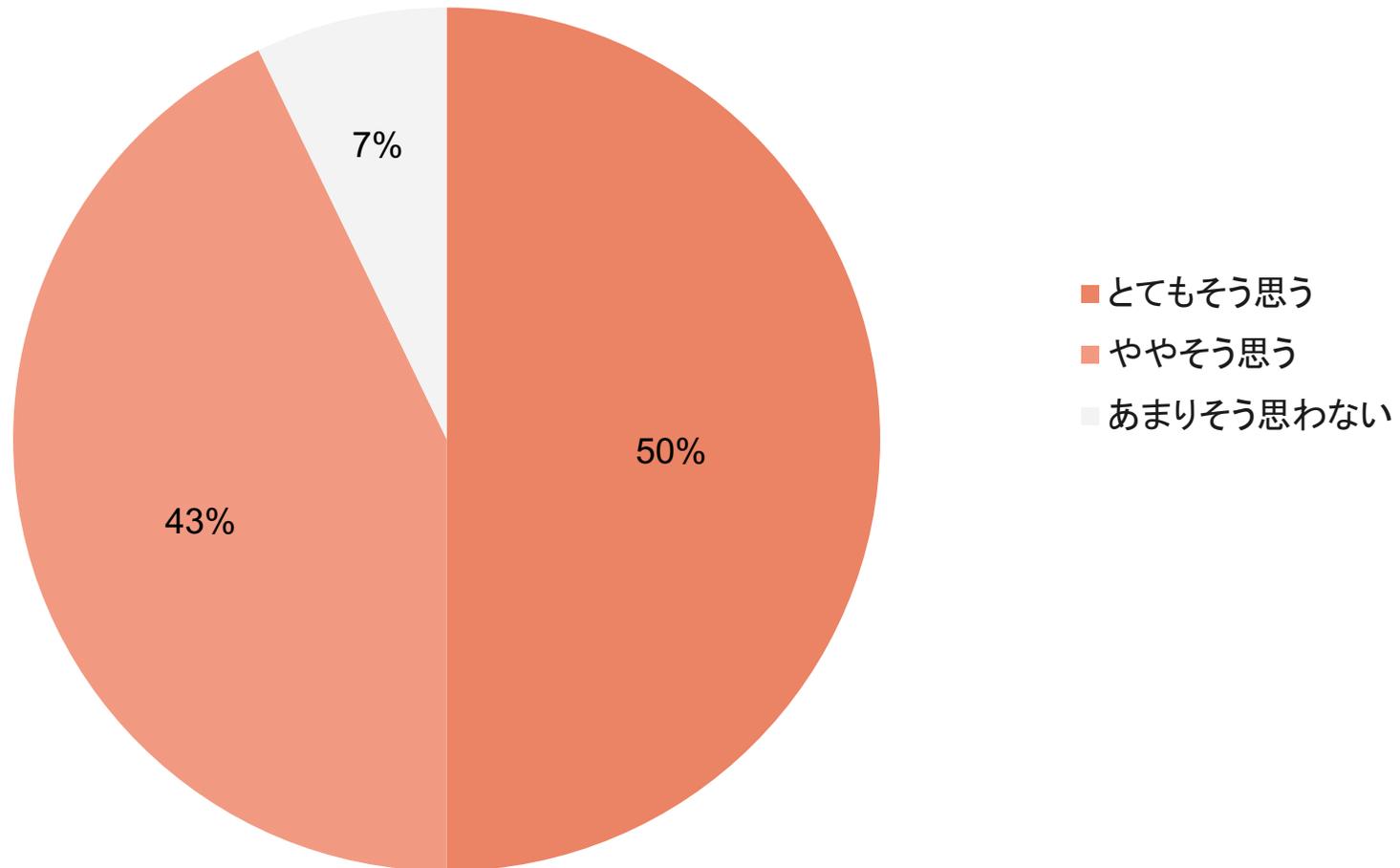


80%が、経産省は今後もオフィス内に今回のような壁画やアートを導入すべきだと回答

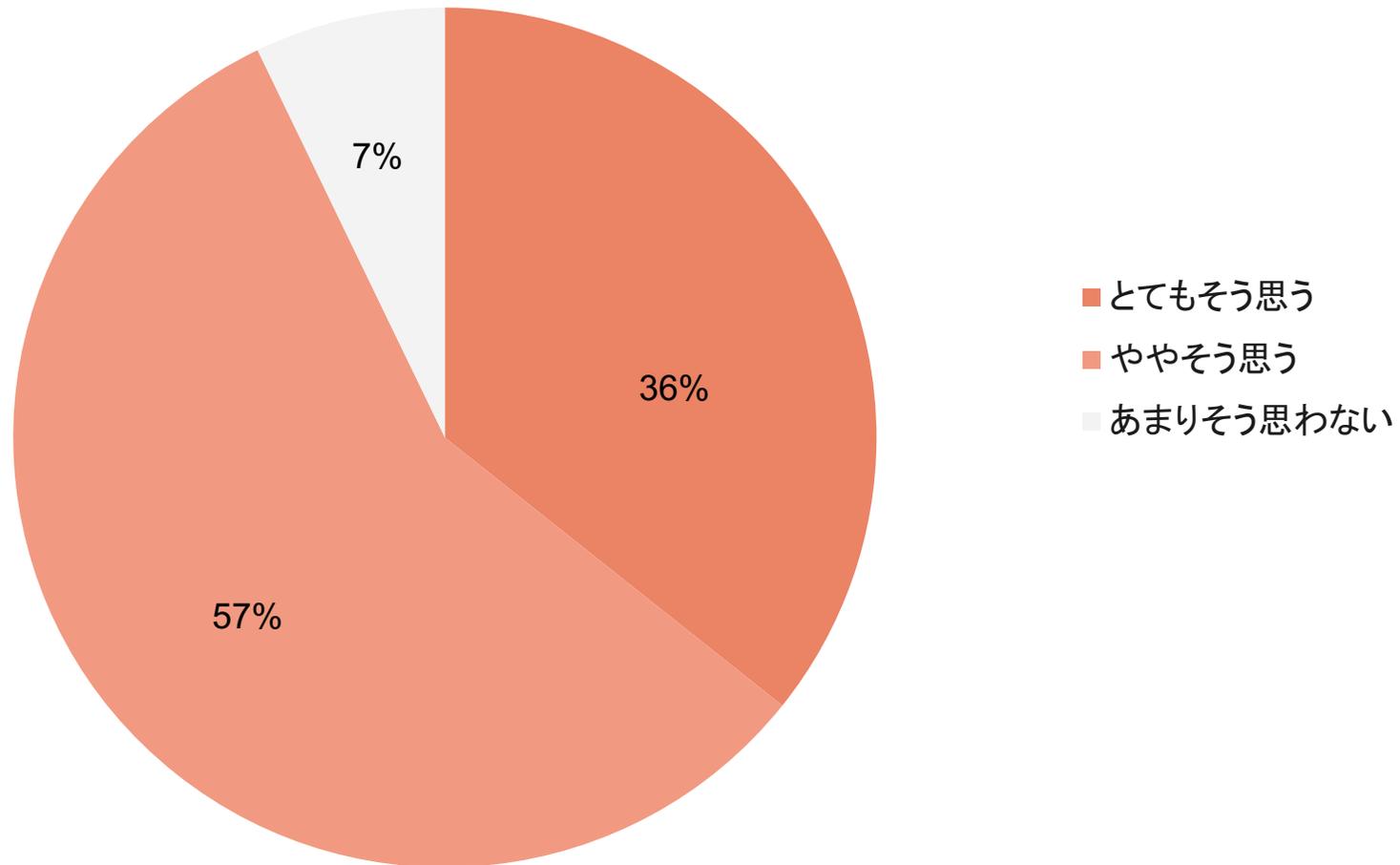


## ワークショップ参加者のみの結果

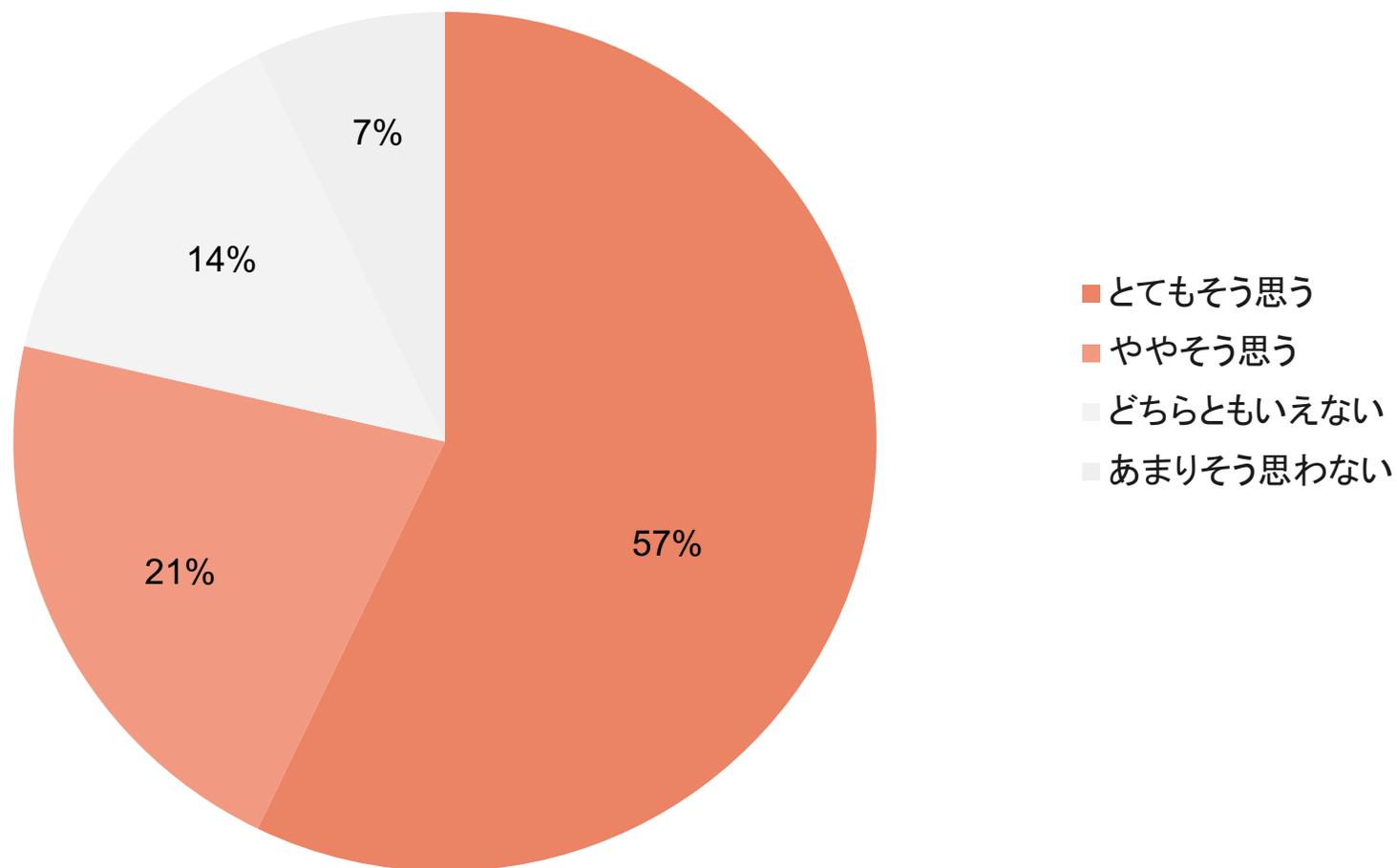
93%が、今回描かれた壁画が好きと回答



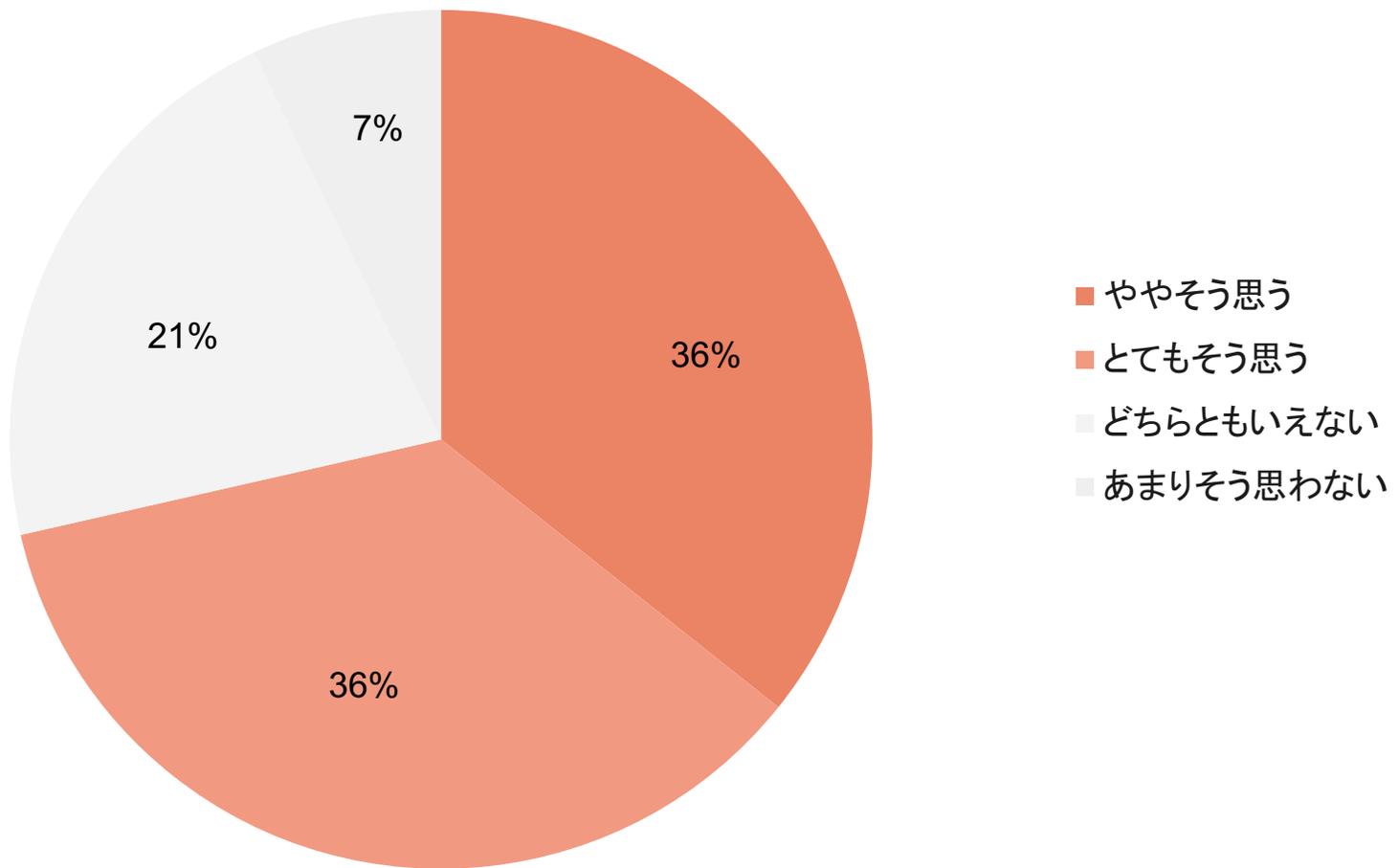
93%が、今回描かれた壁画アートが経産省らしさを表していると回答



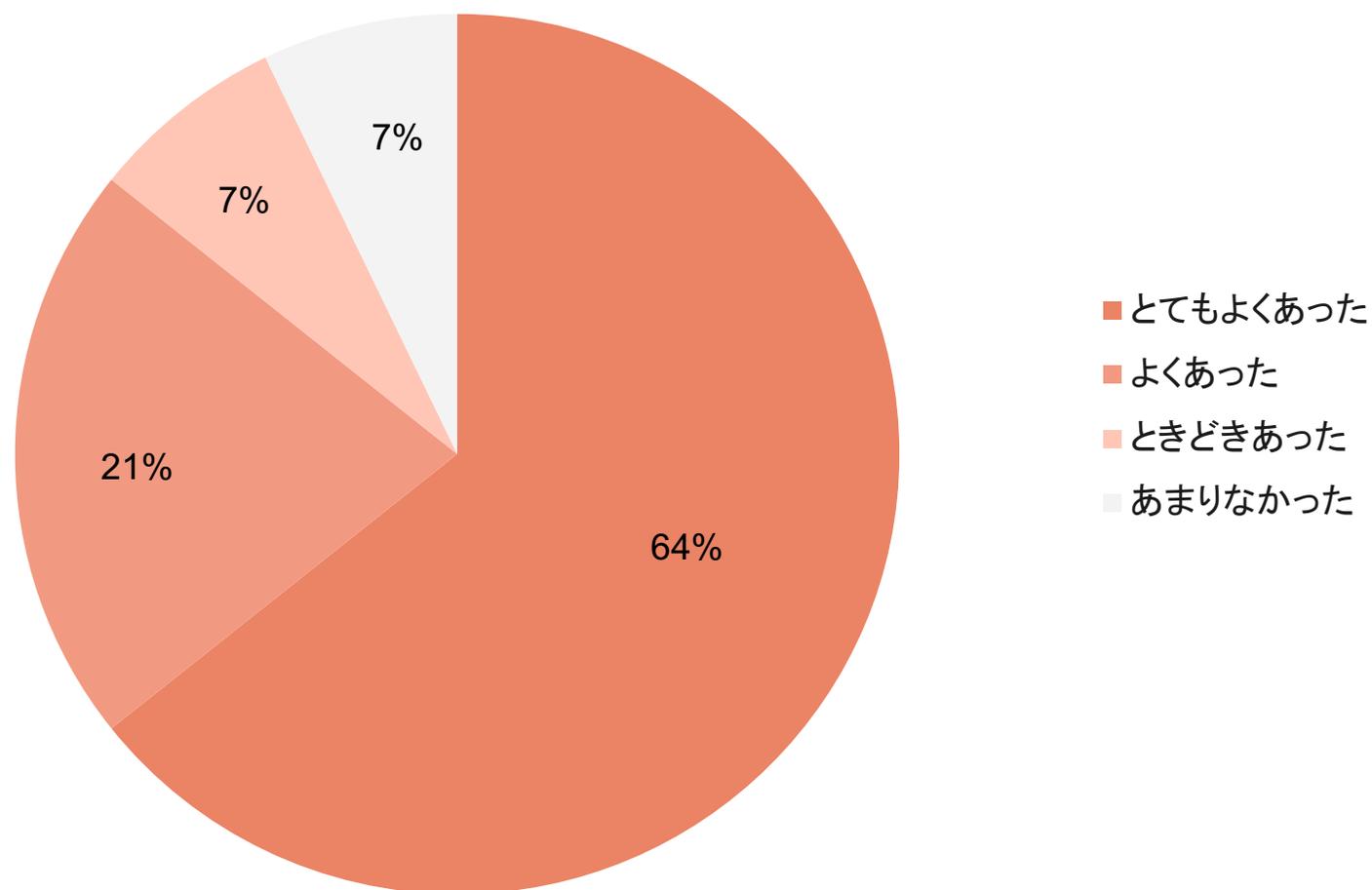
**78%**が、壁画アートがあることによって、オフィスが働きたい環境になったと回答



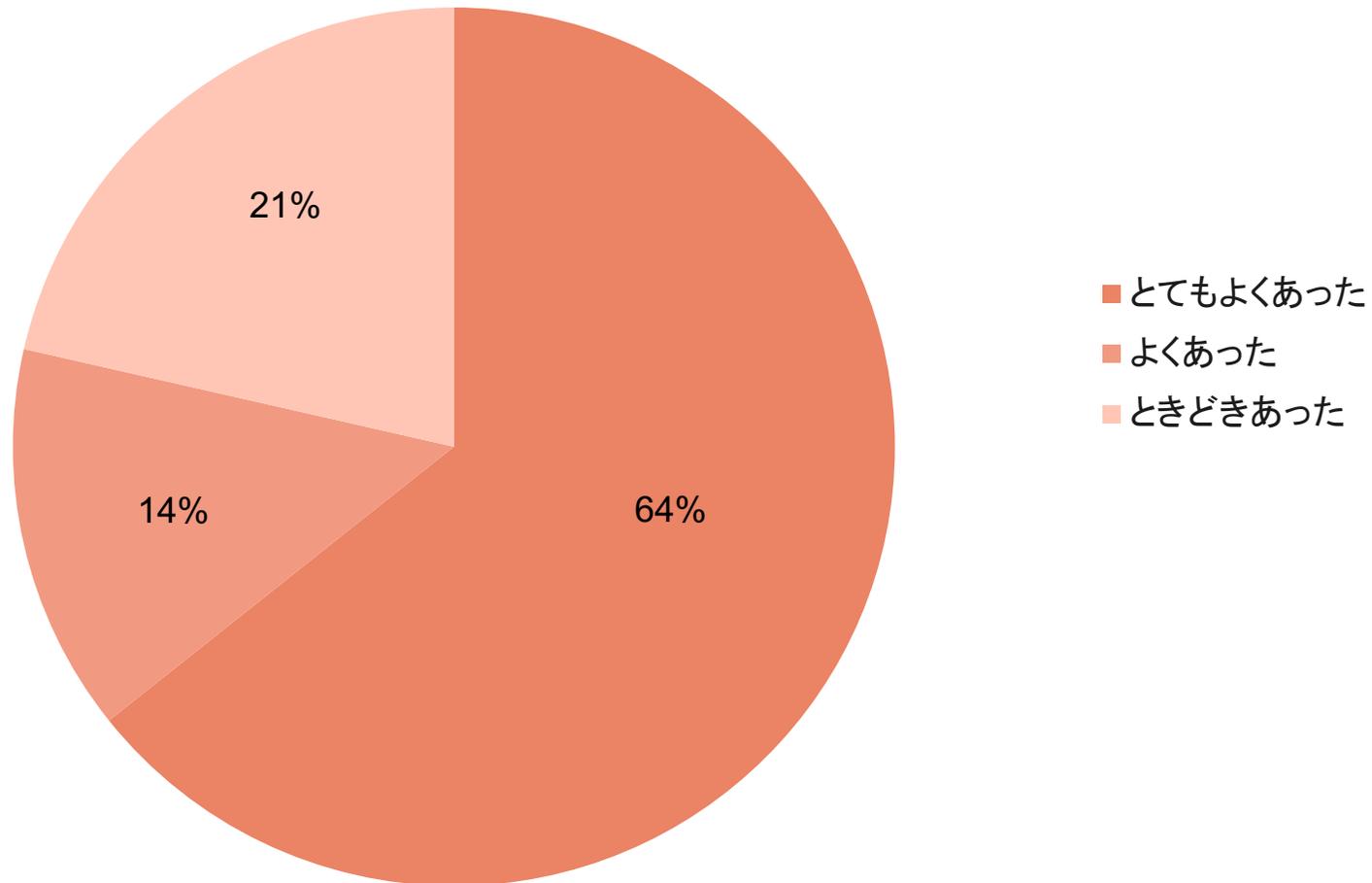
**72%**が、壁画アートがあることによって、仕事に対するやる気に変化があったと回答



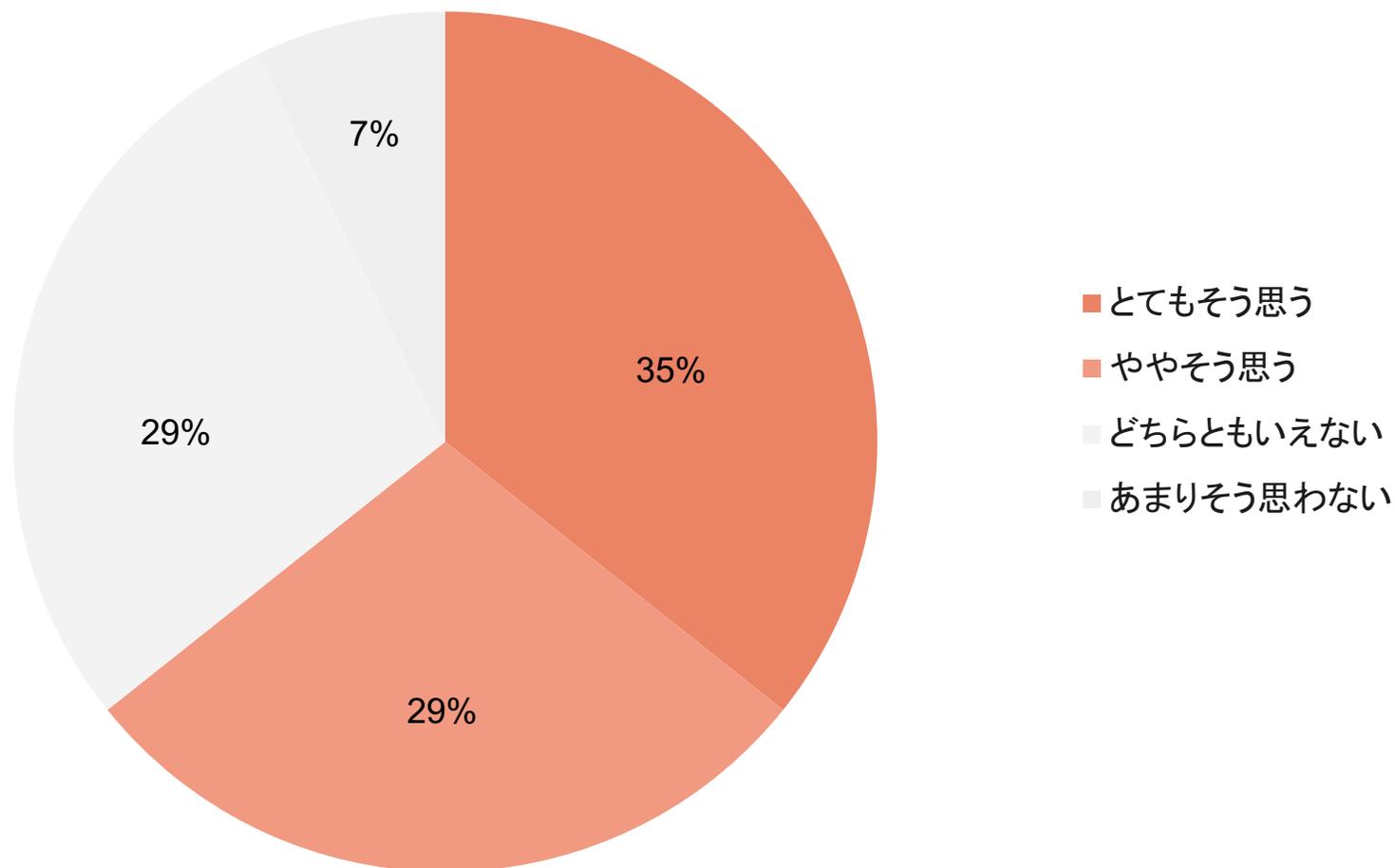
**93%**が、壁画アートがあることによって、気分転換やリフレッシュにつながるがあったと回答



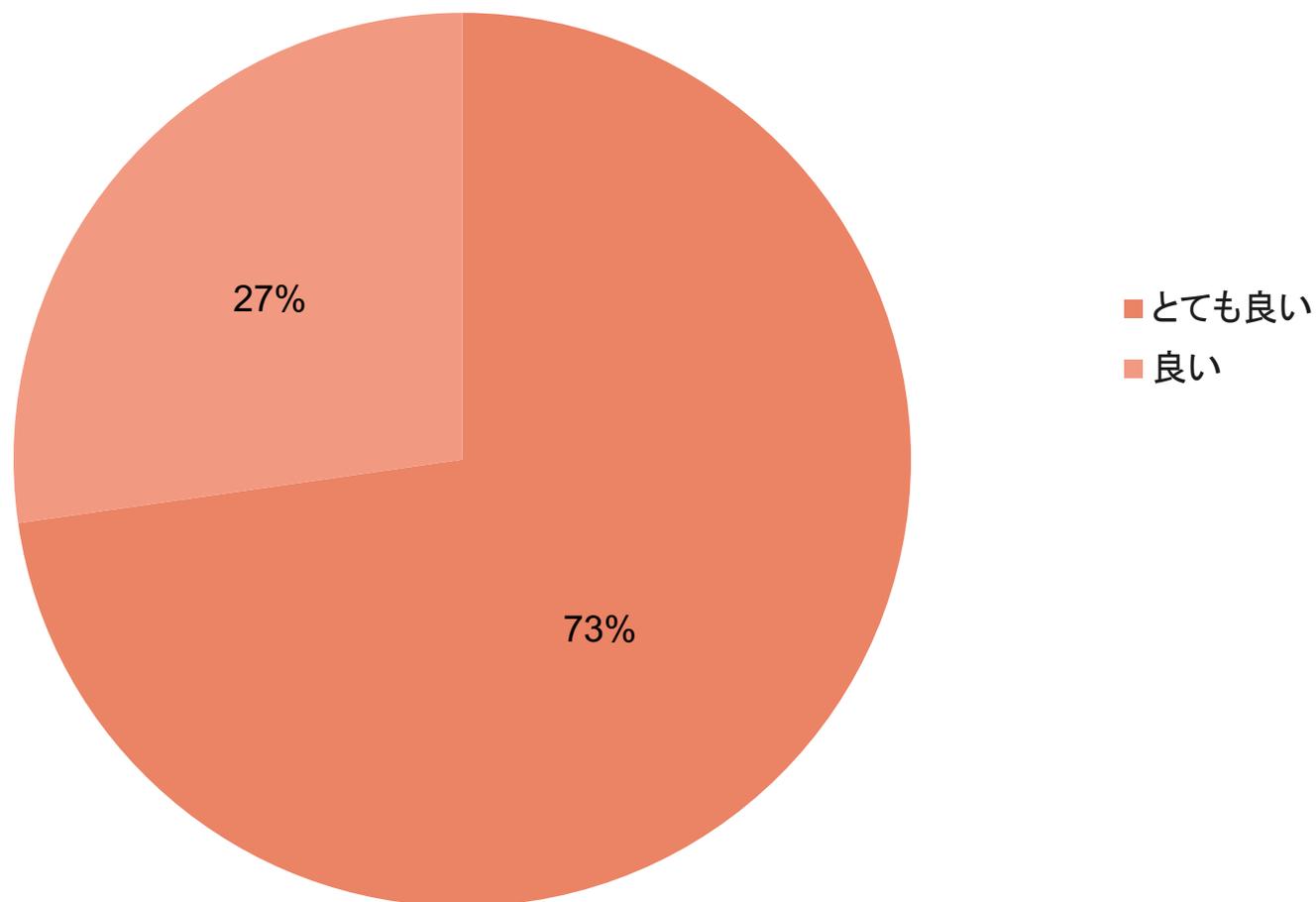
100%が、壁画アートがあることによって、コミュニケーションにつながったと回答



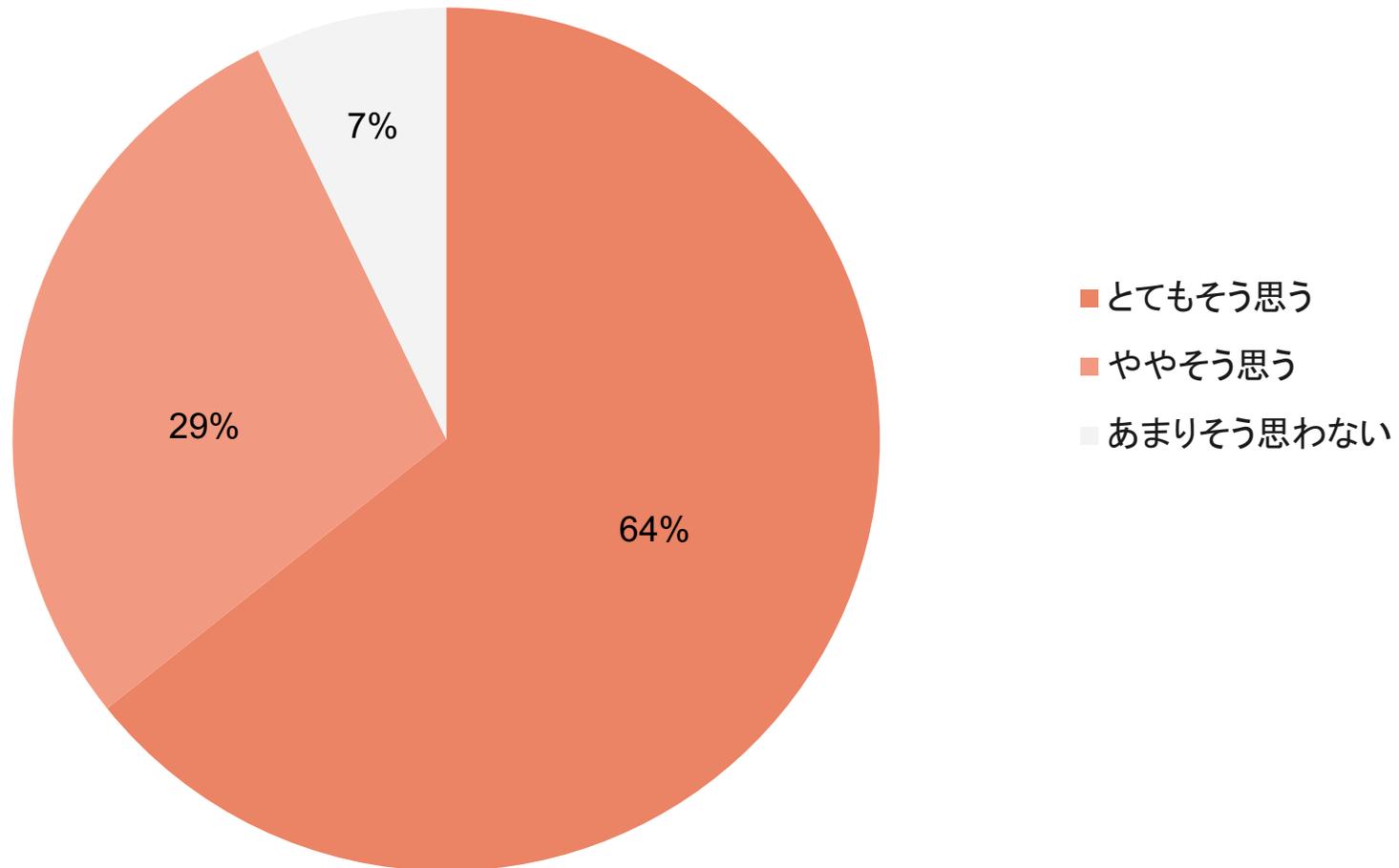
64%が、壁画アートがあることによって、自由な発想につながったと回答



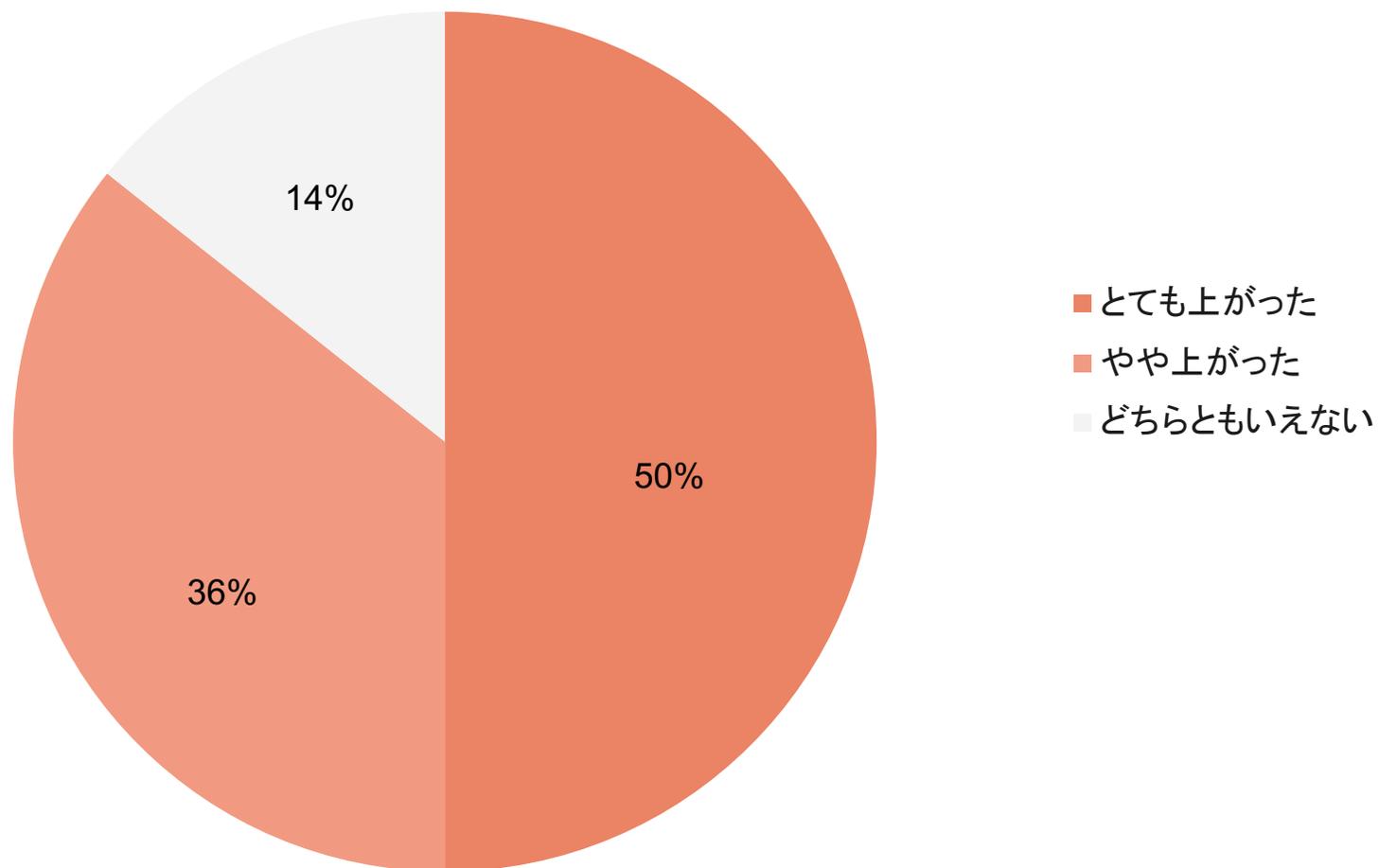
100%が、壁画アート見た来客の反応は好意的であったと回答



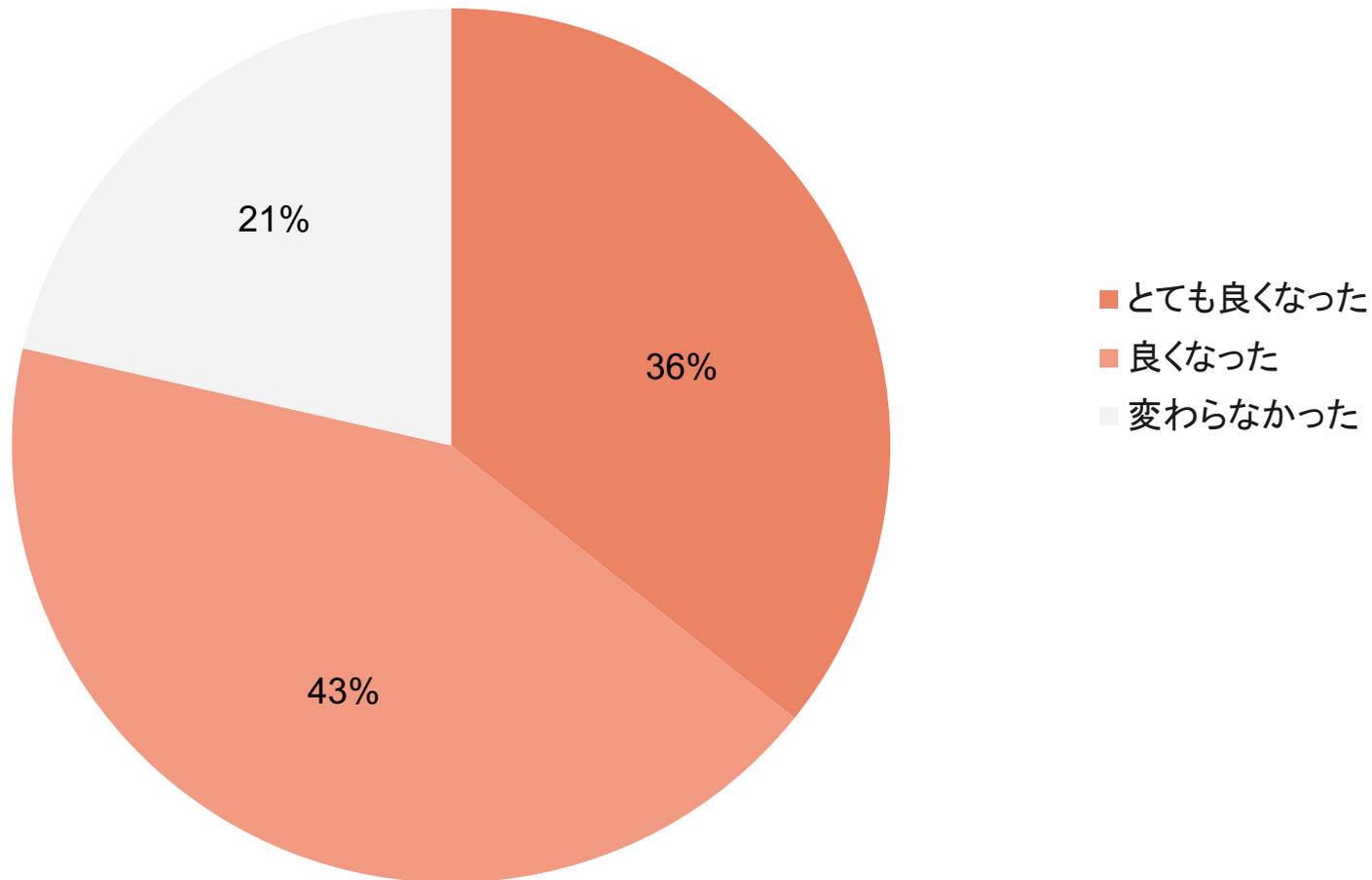
**93%**が、今回のような経産省らしさを紹介するような壁画アートを来客に積極的にアピールしたいと回答



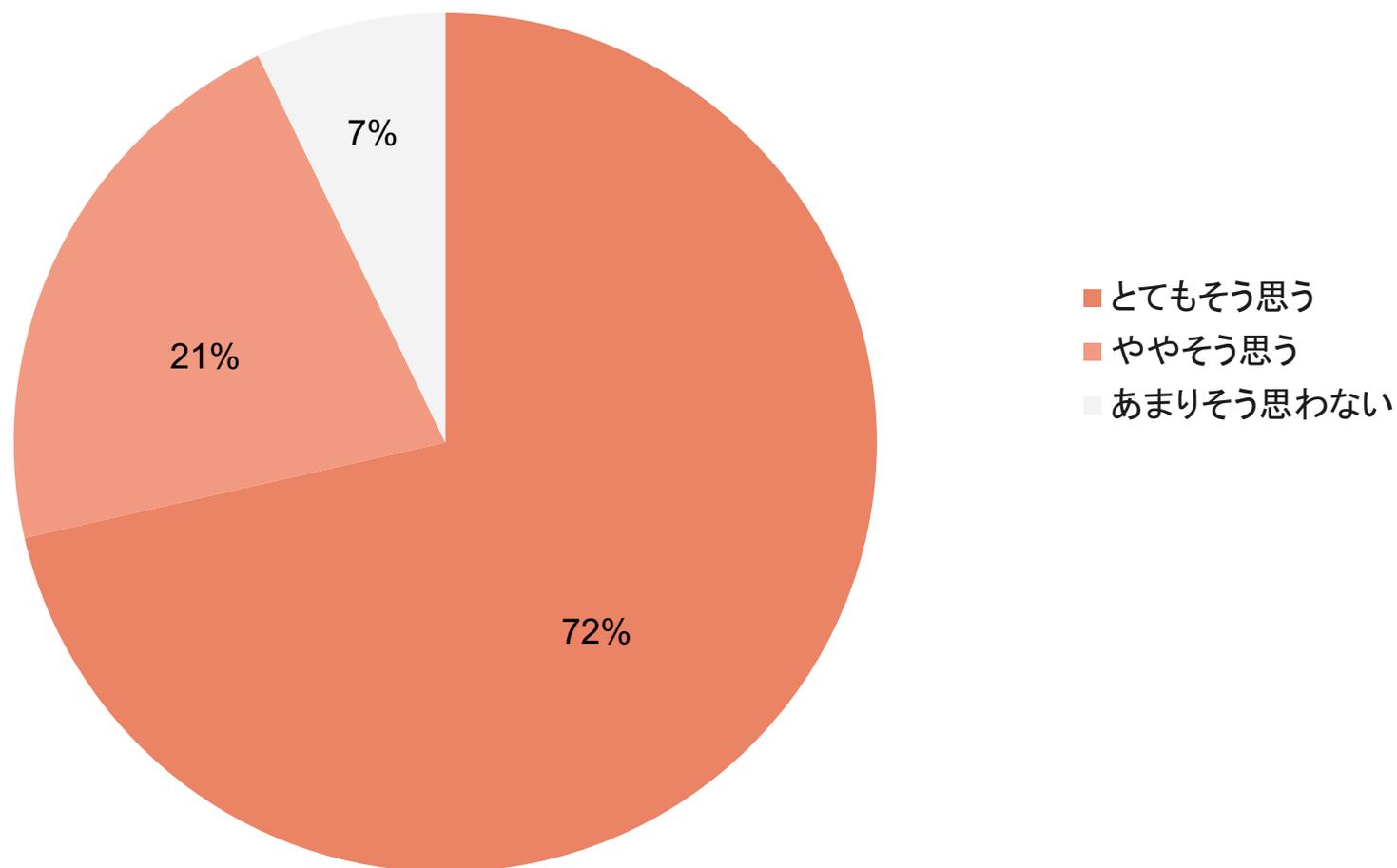
86%が、壁画アートがあることによって、オフィスへの愛着に変化があったと回答



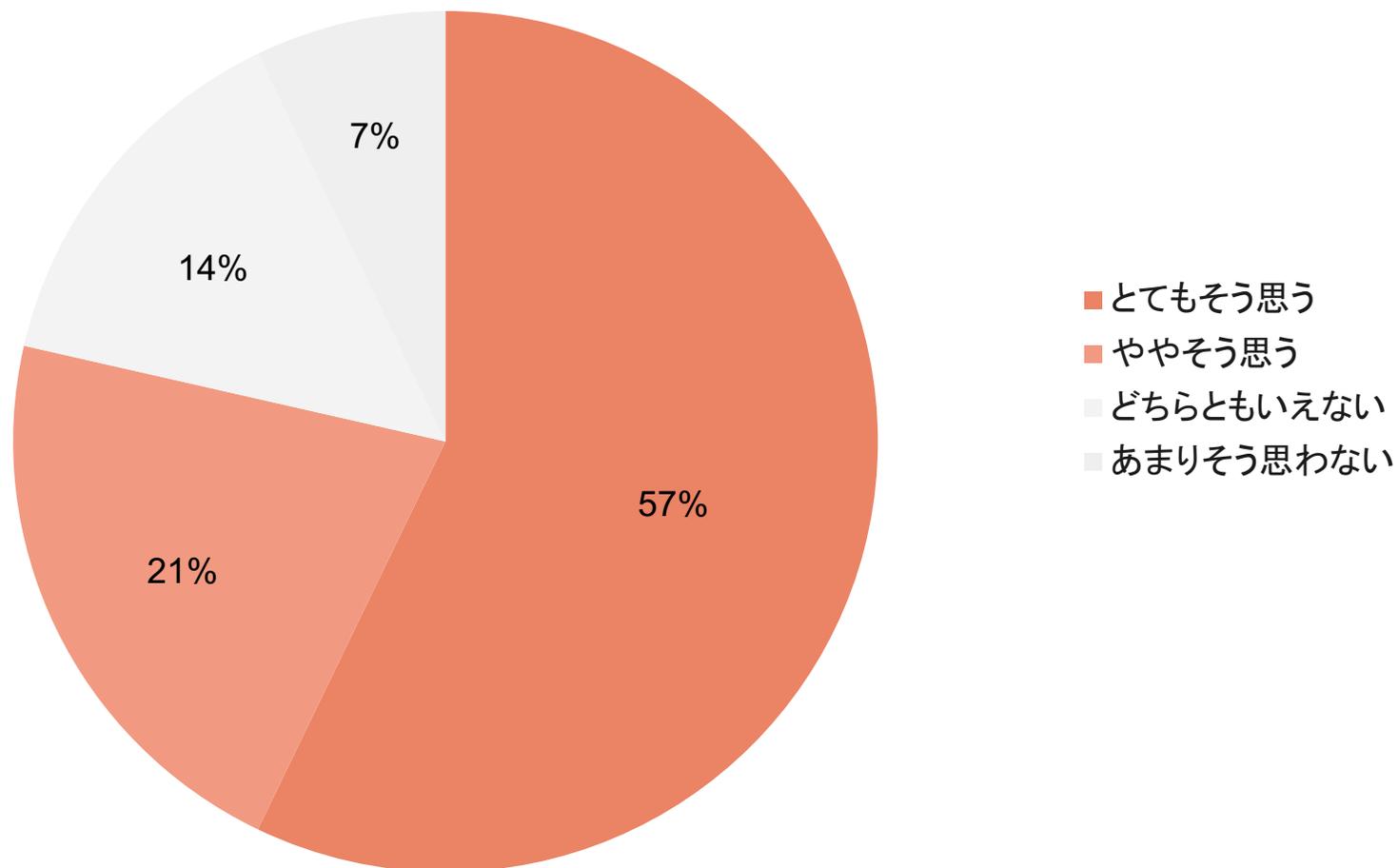
**79%**が、壁画アートがあることによって、経産省という組織への印象は良くなったと回答



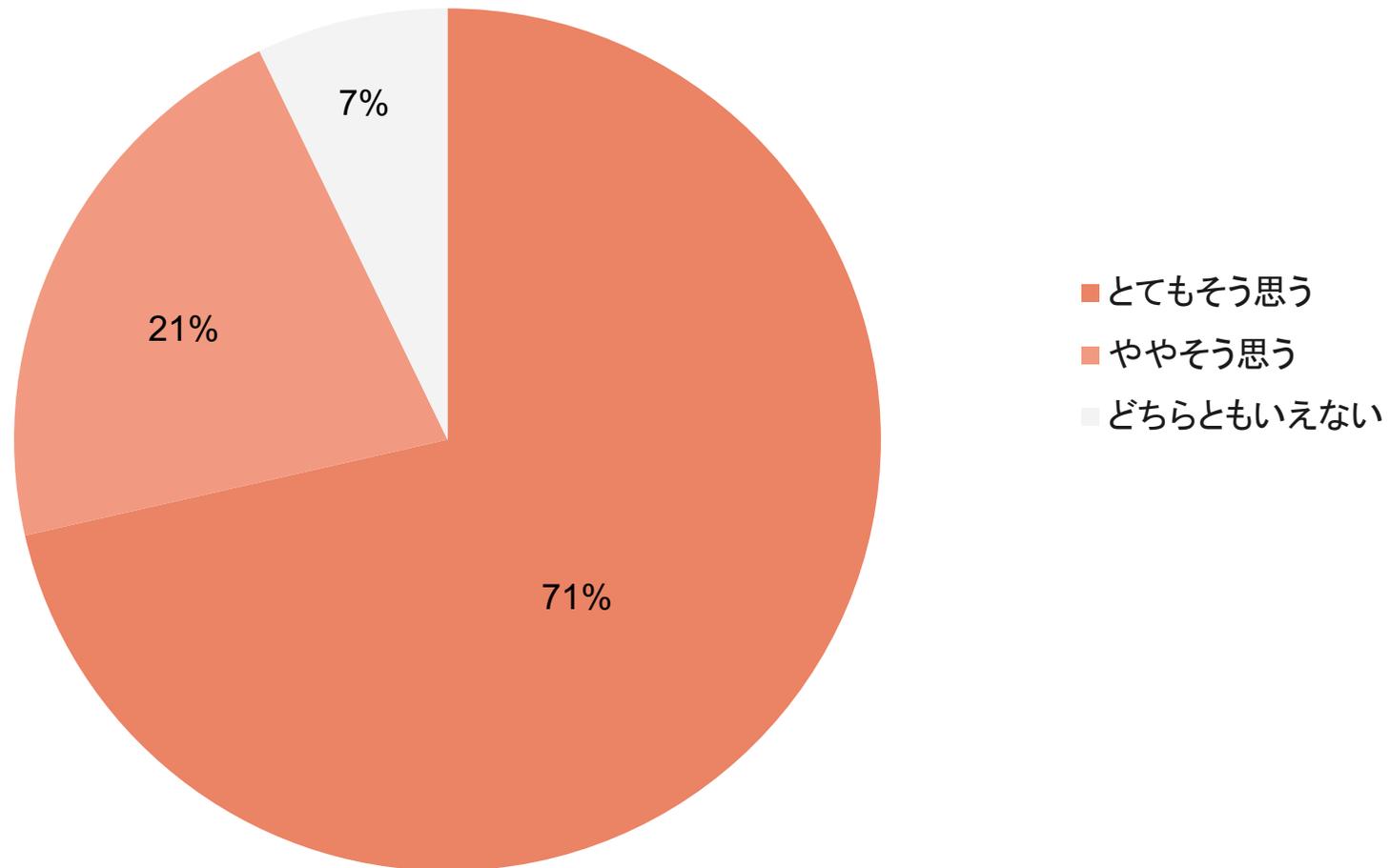
**93%**が、経産省のオフィスにアート作品が増えることは、自身の仕事を進める上でよい影響を与えると回答



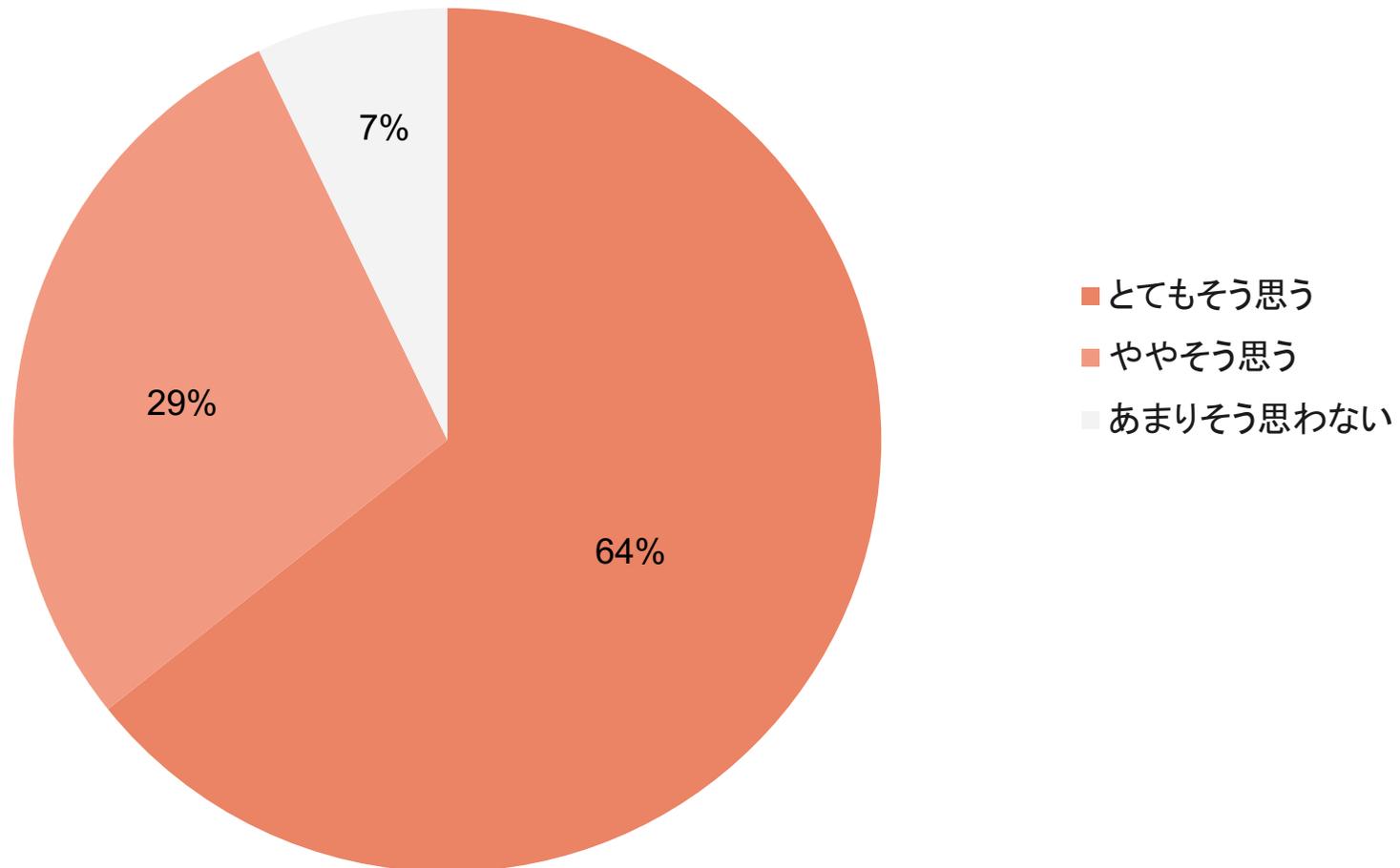
**78%**が、経産省のオフィスにアート作品が増えることは、自身の創造性を発揮する上でよい影響を与えると回答



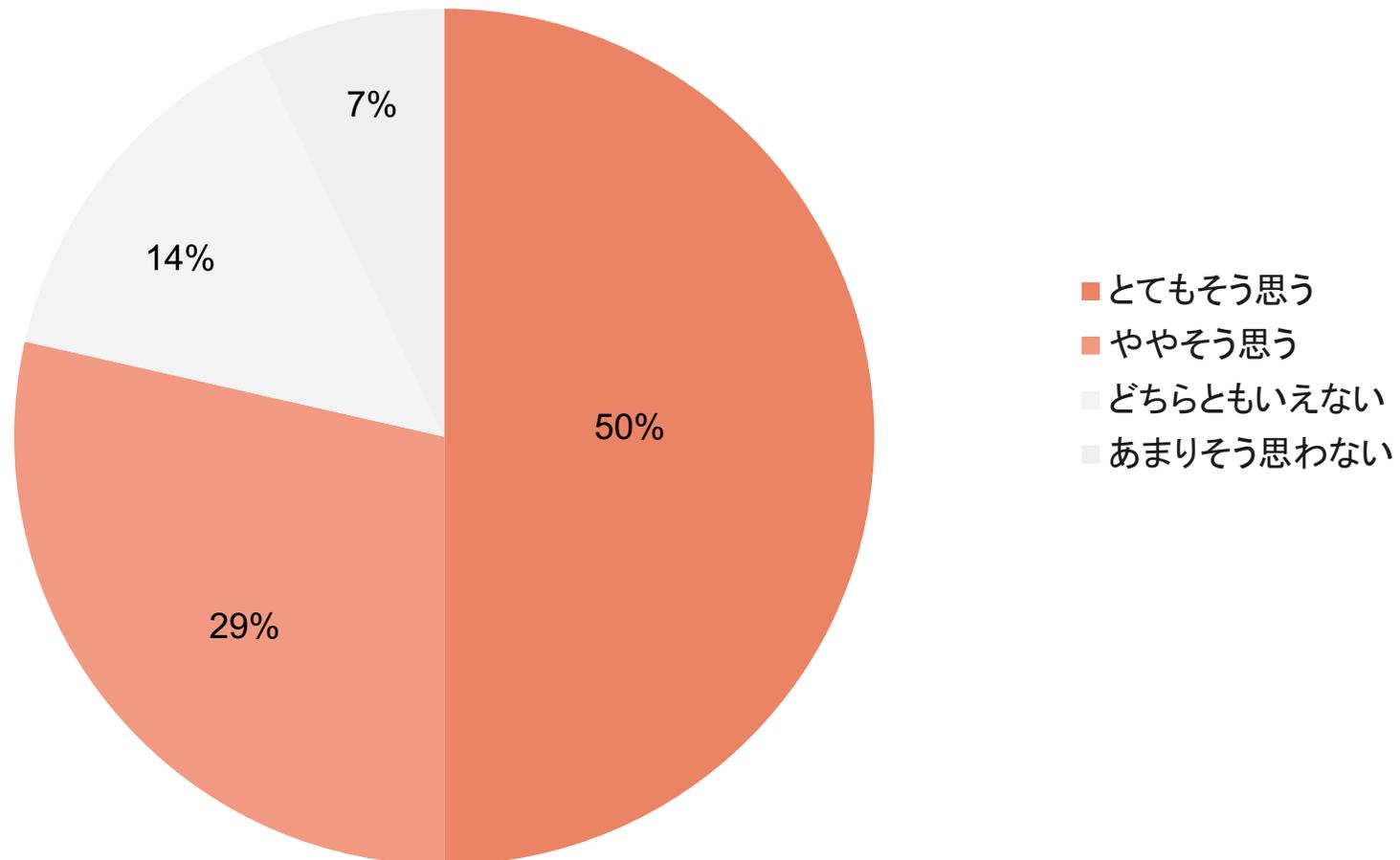
92%が、経産省のオフィスにアート作品が増えることは、所属する部署や組織においてコミュニケーションの質を高めることにつながると回答



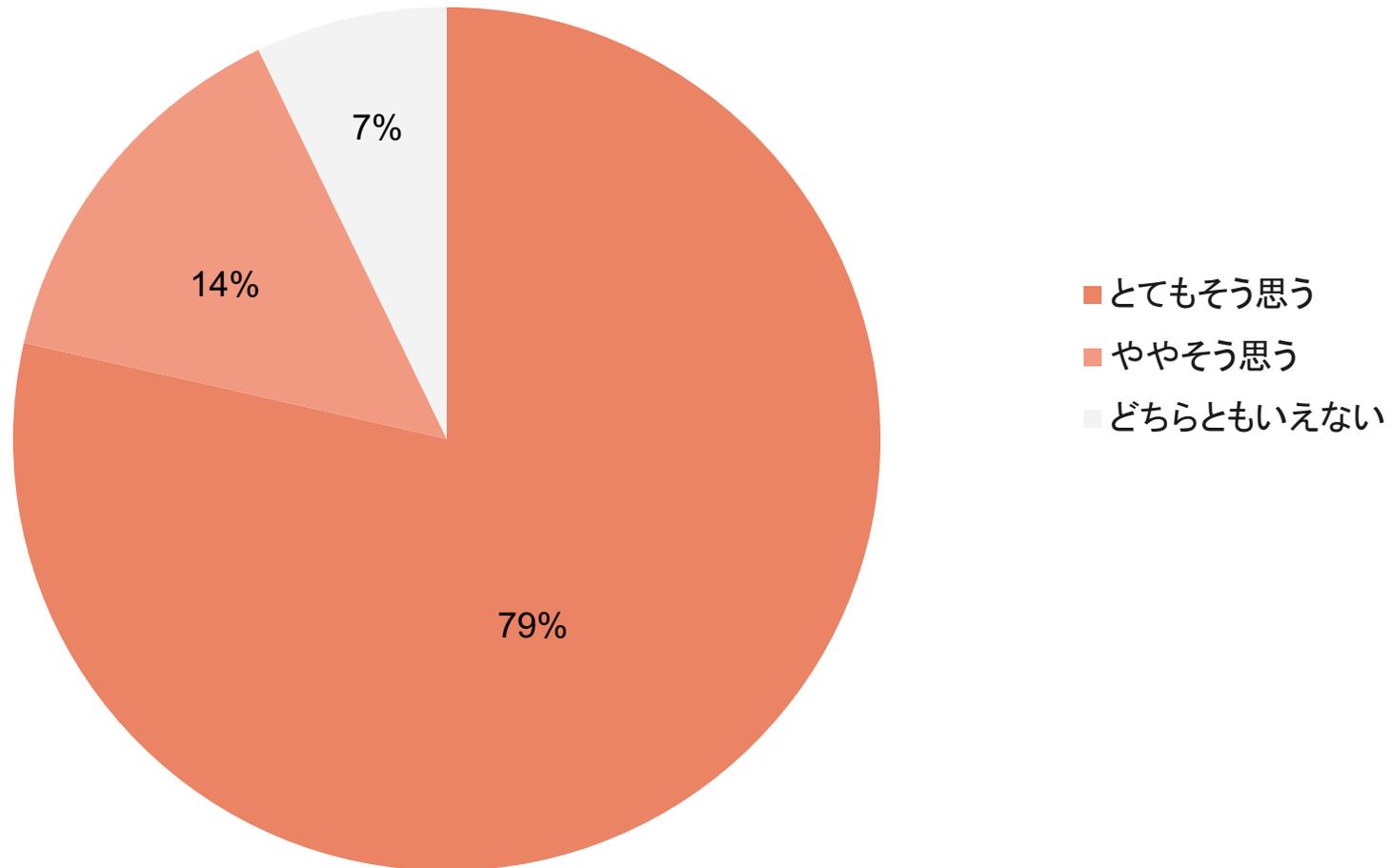
**93%**が、経産省のオフィスにアート作品が増えることは、  
所属する部署や組織の仕事を進める上でよい影響を与えると回答



**79%**が、経産省のオフィスにアート作品が増えることは、  
所属する部署や組織の職員の創造的な業務遂行につながると回答



**93%**が、経産省が今後もオフィス内に今回のような壁画やアートを導入するべきだと回答



## アンケート自由記述の回答結果

## 6. アンケート自由記述(経済産業省に対する印象の変化)

### 自由・柔軟さ

- ・自由なことが出来るというイメージがより強くなりました。
- ・自由な発想や面白い取り組みを積極的に取り入れようとしている職場だという認識が強化された。
- ・元々自由な組織だなあと感じていたが、ここまでやるかと感じた。
- ・内向的で凝り固まった前例踏襲的な考えを持つ不透明な組織という見られ方も感じていたが、より柔軟な考えのもと、胸襟を開いて自由闊達な議論を好みそうな、風通しが良い爽やかな組織にも見えるようになった。
- ・柔軟に物事を思考する組織だと感じた。
- ・時代のニーズを柔軟にとり入れる組織文化が感じられるようになった。

### 挑戦

- ・経産省も霞ヶ関の中では新しい風を取り入れる方ではあると思うがやはり省庁の一つであり、堅く自由が効かないイメージが多少なりともあったが、省の壁にペイントされたことに驚き、既成概念を打ち破り新しいことに挑戦するイメージに変わった。
- ・新たな挑戦をし続ける気風が本件にも根ざしているのではないかと考えます。
- ・若手の斬新な発想、行動力に改めて感心させられた。

### 先進性

- ・先進的な取組を行っていく省であると改めて実感した。
- ・民間より民間らしく、先進的でアバンギャルドなイメージを持つようになり、自らも挑戦的な姿勢がより先鋭化した。
- ・常に新しい取組みができないか、取組みについて(今回のアンケートのように)フィードバックを得て何か改善していけないか、といった姿勢を感じ取りました。

## 6. アンケート自由記述(経済産業省に対する印象の変化)

### 組織の度量

- ・いろいろな取組を許容してくれる環境は良いことだと思う。
- ・壁画アートを受け入れる風潮があることが分かった。
- ・壁にもものを書くような取組でも受け入れるという、ある種METIらしさを実感した。
- ・塗れる組織なんだということを改めて知りました。

### 労働環境への配慮

- ・労働環境も考えているのだなと感じた。
- ・常日頃、事業者に出向くと、職場環境や従業員対応について先進的な取組をされている組織には勢いがあり、良いものを生み出す企業が多いと感じていました。今回の取組で、経産省という組織も、職員の働く環境について、考えてくれることもあるのだ(!)と感じました。
- ・必要最低限の環境整備ではなく、心の整備も含めて考えてくれていることが分かった。

### 堅さからの脱却

- ・従来の堅い役所のイメージがなくなりつつあるように感じられた。
- ・かたくるしい印象がなくなった気がする。
- ・お堅いお役所イメージからの印象変化

### その他

- ・創造の大切さを省として理解・支援していることを対外的にも伝えやすくなった。
- ・組織の一員としてのプライドと組織自体のブランドが飛躍的に向上したと実感している。
- ・思っていた以上に職員みんな(健全な)METI愛が強い
- ・経産省の特色をより強く意識するようになった。

## 6. アンケート自由記述(導入すべきアート)

### ミッション、ビジョン、バリュー、担当業務を反映したアート

- ・それぞれの部署を表すもの。エネ庁基盤課であれば所管している火力発電や送電線等から、炎や電気をモチーフに描いても良いし、ストレートにアンモニアや水素発電に使うバーナーを描くのも相当かっこいい。何を描くかは各部署で決めればよいと思う。
- ・局によってその局の所管などわかりやすかったら面白いなと思いました。
- ・気分転換が図れる。各分野の未来像のようなもの
- ・各他省庁のらしさアートをどんどん追加していく。
- ・経産省としてのミッションや実現したい社会像などの思いを職員が共有するきっかけとなるような壁画や立体構造物を導入するとよいと思う。
- ・経産省が大切にしている価値を表現すべき
- ・職員のパッションや(職員が考える)社会課題認識を表現した作品

### 雰囲気をよくするアート

- ・温かい色合いのアート
- ・明るい未来を想起させるような作品
- ・省内が明るくなるようなアート

### 統一感のある装飾

- ・アートに限らないが、統一感のある装飾をすべき
- ・アートを飾るために周囲をきれいに保とうと思えるもの

## 6. アンケート自由記述(導入すべきアート)

### 導入場所に関連する提案

・完全フリーオフィスを一室設けて、常設展示(壁面アート・可能なら造形物?壁面アートに順次継ぎ足し?)や企画展示(絵画やポップアートの掲示)ができると、よりアートの効果は大きいと思います(ホテルのロビーのようなイメージです)。

①一室の確保、②予算の確保、③機密性情報の扱い、といった観点で課題があると思いますが、職員の発想力醸成や対外的なPR、若手アーティストの支援といった観点で三方良しにできるかもしれません。

・造形デザインをロビーに

・適材適所のアート

・廊下の全ての壁面に絵画。中庭の空きスペースにも造形物が置ける。

・今回のようにエレベーターホールや廊下というのは良い案だと思います。

### アートの形態に関する提案

・壁の装飾

・調度品、インテリア、音響、香り、空気等編集可能なメディアを実験場として聖域なく変えていくべき。

・綺麗な額に入れた絵や写真で壁を飾ってほしい。

・抽象画や風景画で明るいアート

・アート作品で一定の品位のものであれば彫刻とかもありかと。

・絵画、デジタル絵画、書

・アート感覚のある机配置や什器

・アニメ、ゲームや工芸品なども創造性のある分野として飾ることができれば面白と思います。

## 6. アンケート自由記述(導入すべきアート)

### その他の提案

- ・描き手やテーマにおいて多様性を感じさせるようなもの
- ・立ち止まってコミュニケーションにつながるようなアート
- ・季節を感じられるアート
- ・自分で描くアート どんなに下手でもいいからとりあえず創造してみる
- ・一般人受けするアート。
- ・新進気鋭の若手アーティストの作品
- ・オフィスにアートを導入する前に空調が効くようにするなど、仕事をしやすい環境作りを先に進めるべき。
- ・無地の壁に慣れていたので、壁画が描かれていくのは新鮮だった。一方で、自分の業務の質の向上との関連はあまり実感できていない。

## 6. アンケート自由記述(アート導入の意義に対する意見)

### 組織内の意義

- ・許される範囲内で試みれば、職場の雰囲気が少しでも変わると考えます。
- ・アートは、見る人が無意識のうちに前向きな気持ちになります。働く人の心が潤えば、いい政策の立案(官公庁)やビジネス(企業)につながると思います。
- ・自分で職場を変えていくということの本質が塗るということにはある。オフィスは良くしてもらうものではなく、自分で塗って創造してよくするものでなくてはいけないということを改めて知る機会という点で重要かと思います
- ・職員のコミュニケーションの活性化、生産性向上、文化に対する意識醸成、経産省への見方の変化

### 対外的な意義

- ・ツールで代替できない人間の付加価値として最後に残るのが創造性であること、その象徴としてのアートに経産省も敬意を払っていること、を世の中に分かりやすく伝えていくことは有意義だと思います。
- ・クリエイターが正当に活躍出来る社会を作る上で重要と思います。

## 6. アンケート自由記述(感想)

### 更なる導入への期待

- ・アート<sup>1</sup>の導入は素晴らしいと思うが、まだ一部分にしか導入されていないのでもっと増やしていくともっと効果も出て良いと思います
- ・まだどこまで経産省ができるのかわからないので限界を知るために怒られるまでやるべきだと思います。
- ・さらに推進すべき。
- ・自らの出向元にも今回の取り組みを紹介して、取り入れたいと思います。

### アイデアの提案

- ・各個人の自席やオフィスでは、過去の写真や思い出の品を置いて、現在でもある意味「アート」な空間があるように認識しています。個人の発想力の向上という点で言えば、まさに「ホテルのロビー」のような空間でアートと相対する状況設定が肝要になると考えます(他方、組織の発想力については、個人の感性もバラバラなので、ひとまずは今後の課題になると考えます)。
- ・今回の壁面アートは、渋谷駅の「明日の神話」のようないわゆる現代アートの印象があります。A4で1~2枚で、今回の取り組みやアートのもつ意味(特にMETIらしさ)の解説が貼ってあると、より話題にしやすいと考えました。また、アートも分野や時代性が多岐に渡ると思います(例:浮世絵、印象派の絵画、岡本太郎のそれこそ「明日の神話」のような巨大ないかにも「現代アート」っぽいもの、etc.)。「METIらしさ」が伝わるアートは何か、という点でも突き詰めてもらえると、よりインパクトが出るかと思いました。
- ・霞ヶ関子どもデーや官庁訪問等で、外部の人が出入りする際に、日本の文化やアートを大事にしていることをアピールできる。集客力のあるアートであれば、アートを見に来てもらうことで官公庁を身近に感じてもらうきっかけにもなる。
- ・アート作品に加えて、オフィス備品やレイアウトにも工夫があると、内部コミュニケーションの活性化などに寄与するのではと感じました

## 7. 補足資料:TokyoDex(アートエージェンシー)

「TokyoDex」とは

TokyoDexは「アートがあふれる社会へ」を使命に企業とアーティストをつなぎ、心動く体験を創造するエージェンシーです。

2012年12月の創立以来、アートキュレーションの第一人者として活動を展開してきた「TokyoDex」は、多くのクライアントのオフィス環境を彩るアート作品をキュレーションしてきたほか、ドイツ大使館の壁画に描いたアート作品や、日本最大級のミュージックイベントであるFUJI ROCK FESTIVAL '18で飾られたJohnnie Walkerのキャラクター、ストライディングマンのペインティングを行うなど、特定の枠にとらわれない数々のプロジェクトを展開し、注目を集めています。

### 【過去実績】



ドイツ連邦共和国大使館



EY Japan株式会社



三菱UFJキャピタル株式会社

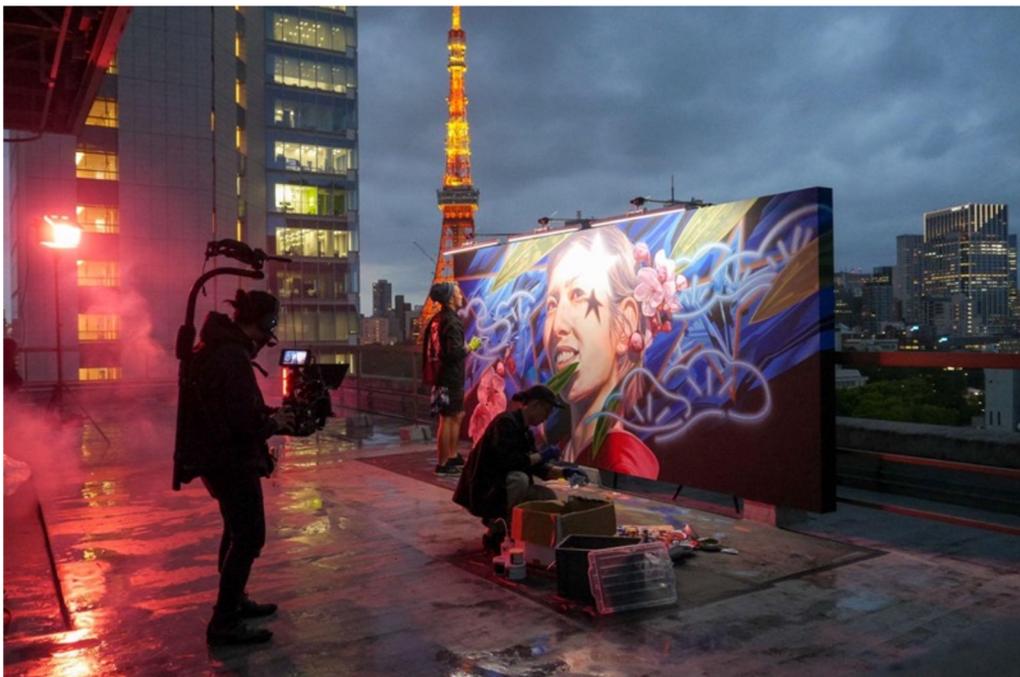
### 【会社概要】

- ・会社名: トウキョウ・デックス合同会社
- ・代表者: ダニエル・ハリス・ローゼン
- ・創立年月日: 平成24年12月21日
- ・所在地: 〒156-0041 東京都世田谷区大原 1-25-4 エタニティ大原2階
- ・オフィシャルHP: <https://www.tokyodex.com/>

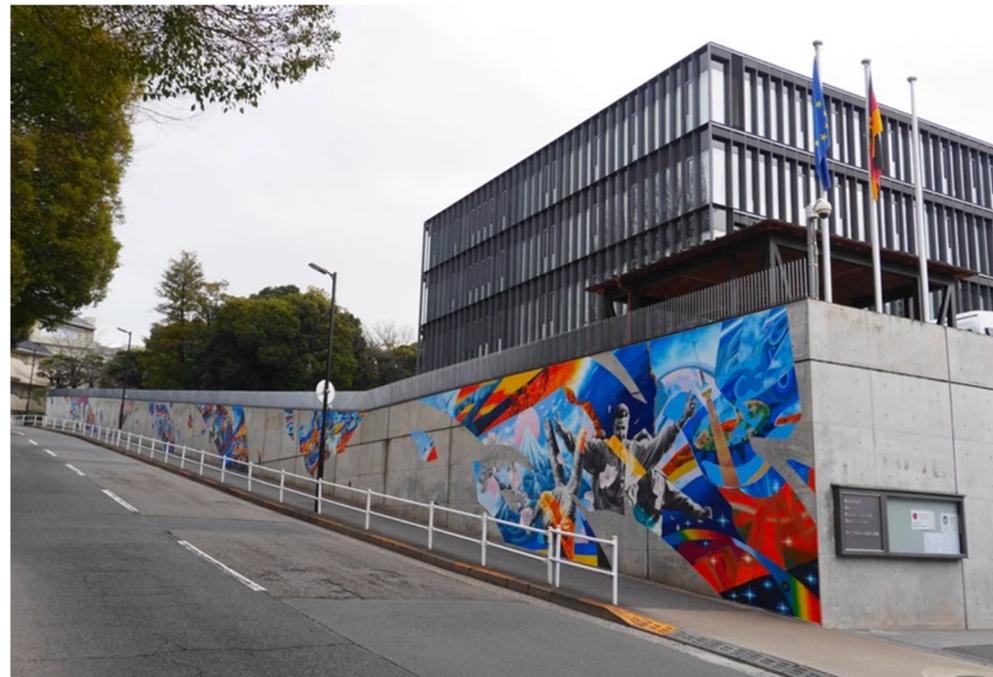
## 7. 補足資料:WHOLE9(アーティスト)



大阪を拠点に国内外で活動する二人組のアーティストユニット WHOLE9(ホールナイン)。ライブペイントと壁画制作を得意とし、経験とセンスを活かしてハイクオリティな作品を作り上げてきた。人物や動物など具象的モチーフを描くhitchと、自然からのインスピレーションを抽象的に描くsimoにより、二人で1枚の世界を描く。一人では創れない作品を通じて、絵のある暮らしを日常にもたらし、気の合う仲間と日々を彩っていくライフスタイルを提案する。2021年には東京広尾のドイツ大使館外壁に日独交流160周年記念を象徴する壁画制作、中野駅前の壁画制作、FUJITSUオフィスへの壁画制作、北米放送のSAPPORO PREMIUM BEERコマーシャル出演・作品提供、KDDI総合研究所への壁画制作など、日本国内ならず国際的にも活躍している。



SAPPORO PREMIUM BEER  
北米放送CM | 2021.5 | 2×6m



ドイツ大使館壁画、日独交流160周年  
広尾, 東京 | 2021.1 | 2.5×80m



Digital Luxury 上海  
上海、中国 | 2016.6



プルマンホテル  
田町、東京 | 2018.10



156-0041  
Eternity Ohara 2F 1-25-4  
Ohara, Setagaya, Tokyo  
03-6407-0865

156-0041  
世田谷区大原1-25-4 エタニティ大原2F  
03-6407-0865

<http://www.tokyodex.com>